



BUAP

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y
CIENCIAS POLÍTICAS**

**LA COMUNICACIÓN POLITICA EN LAS ELECCIONES DE
2018: EFECTO AMLO**

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINITRACIÓN PÚBLICA Y
CIENCIAS POLÍTICAS**

PRESENTA
SHALEM ANDREA QUIROZ ROMERO

DIRECTORA DE TESIS
MTRA. ELIETH BLAZQUEZ BONILLA

PUEBLA, PUE.

OCTUBRE, 2025

ÍNDICE

Agradecimientos y dedicatorias	3
Introducción	1
Capítulo I	4
1.1 Democracia.....	4
1.2 Neoliberalismo	21
1.3 Hartazgo social: transformación en México	30
Capítulo II	32
2. Comunicación política.....	32
2.1 Concepto de comunicación política	32
2.1.1 Características de la comunicación política.....	41
2.2 Marketing político.....	44
2.3 Medios de comunicación.....	49
2.3.1 Radio.....	52
2.3.2 Televisión.....	53
Capítulo III	58
3. Elecciones en México 2018	58
3.1 Descripción del uso de la comunicación política en las elecciones del 2018	62
3.2 Campaña política electoral 2018: AMLO.....	69
3.3 Efecto AMLO el impacto de la comunicación mediática	88
Conclusiones	92
Bibliografía.....	98

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1. Procesos de Democratización en México	16
Gráfico 2. El surgimiento del neoliberalismo como un significado científico social	23
Gráfico 3. Modelo del estudio de la comunicación política	36
Gráfico 4. Modelo propagandístico-dialogico de la comunicación política	37
Gráfico 5. Modelo de la comunicación	50
Gráfico 6. Opiniones de las precandidaturas.....	70
Gráfico 7. ¿Qué es lo más importante en las elecciones?.....	71
Gráfico 8. Elector Journey Map del ciudadano.....	72
Gráfico 9. Rechazo a partidos políticos.....	73
Gráfico 10. ¿Cuándo decidió usted por cual partido o candidato votar?.....	73
Gráfico 11. Votos 2018	80

ÍNDICE DE TABLAS DE CONTENIDO

Tabla 1. Las Democracias	9
Tabla 2. Las izquierdas.....	13
Tabla 3. El apoyo a la democracia por país y año 1995-2017.....	20
Tabla 4. Características del modelo Neoliberal	24
Tabla 5. Características de la comunicación política.....	41
Tabla 6. Modelo de Comunicación y características prácticas.	43
Tabla 7. Comparación de Marketing Político.....	46
Tabla 8. Características de los medios de comunicación	50
Tabla 9. Uso de las redes sociales por MORENA.....	67
Tabla 10. Candidatos Presidenciales 2018	75
Tabla 11. Porcentaje de votos	79
Tabla 12. Diferencia de votos entre los candidatos.	80
Tabla 13. Encuesta Mitofsky (mayo 2018)	82
Tabla 14. Estimaciones financieras por encuesta en vivienda, publicadas antes de la elección presidencial de México, 2018.....	85
Tabla 15. Inexactitud de las estimaciones finales por encuesta en vivienda para la elección presidencial de México, 2018.....	85
Tabla 16. Votación por López Obrador según la encuesta final y de salida de parametría para la elección presidencial de México, 2018, conforme variables demográficas.....	86

Agradecimientos y dedicatorias

Mateo 6:33

Gracias a Dios por iluminar mi vida siempre y más en mis momentos llenos de oscuridad.

Agradezco de una forma indescriptible a mi Esposo Elí Vélez, mi compañero en lo que sigue de esta vida, por comprenderme lo mejor que puede y por apoyarme incondicionalmente desde que lo conozco, gracias por llegar a hacer mi vida más agradable. Eres mi persona.

No puedo estar más agradecida por tener la madre que tengo Sara Romero, por su gran apoyo incondicional a lo largo de mi vida junto a ella y en cada paso que doy, desde siempre has hecho mi vida más bella, gracias por siempre estar presente.

Agradezco a mi padre Andrés Quiroz por alentarme a su forma a mejorar, impulsarme a continuar con lo que quiero.

A mi hermano Andrew Quiroz por estar cuando lo he necesitado.

Agradezco infinitamente a todos mis amigos y amigas por su amistad incondicional, por ser una red bella de personas que están y son de gran aprecio para mí. Mi familia por elección.

Doy las gracias a mis maestros y asesores que me apoyaron en esta trayectoria, por insistirme y presionarme para saber que puedo lograrlo, con ayuda de este fuerte apoyo académico.

Por último, dedicó esta tesis que me ha costado mucho esfuerzo y dedicación a todas esas personas que ya no están con nosotros físicamente; a mi abuelo Rafael Romero “el pirata Romero” que fue un hombre fuerte y amable, lo extraño, me enseñó a valorar el esfuerzo, a mi abuela Elia Santos por ser sensible conmigo y protegerme, a la Mtra. Aurora Sierra por enseñarme a sentir pasión por un tema, a mi amiga Montserrat Rodríguez por haber estado en mi vida el tiempo que estuvo y siempre compartir de su hermosa luz conmigo.

Introducción

En el presente trabajo se analiza el contexto de las elecciones y el impacto que tiene la comunicación política en las campañas electorales, en especial, el caso de las elecciones del 2018 en México. Así, en primer lugar, se revisan algunas cuestiones centrales a nivel conceptual, para posteriormente identificar los rasgos característicos de la comunicación política y cómo se despliega en México.

Se parte de la importancia de la democracia en la región de América Latina y las múltiples crisis que han vivido en varios países, y donde México no es la excepción. Esto a raíz del hartazgo social que se vive en el país, con esta demanda al cambio radical que exige la sociedad en el gobierno.

Además, se espera que el análisis proporcione una comprensión del proceso electoral y las estrategias de campaña que utilizó el candidato a la presidencia Andrés Manuel López Obrador (AMLO) durante su campaña, que culminó en su triunfo electoral 2018 e instalar el primer gobierno de izquierda en la historia moderna de México.

Se exploran los resultados electorales y las estrategias utilizadas en diferentes medios de comunicación. Para ello, se plantearon algunas preguntas de investigación que son la guía para el desarrollo de la investigación:

- ¿En qué medida el efecto AMLO impacta en la comunicación política en México?
- ¿Qué estrategias de la comunicación política se utilizaron en los medios de comunicación y las redes sociales como un factor clave para ganar las elecciones de 2018?
- ¿En el 2018, las elecciones federales fueron un fenómeno que impactó la vida política del México contemporáneo?

Para dar respuesta a ellas, se realizó un análisis e interpretación de las variables que influyeron en la comunicación política y que marcan la pauta para catalogar esta elección como una de las elecciones más concurridas del siglo, el denominado

“efecto AMLO”, Desde el surgimiento del Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), creado desde una movilización de la sociedad (desde años atrás), y que fue encabezado por el candidato. Sin duda, esto lo catapultó como el líder social y político, que al final, logró obtener la mayoría de los votos.

En cuanto a la comunicación política, AMLO fue un maestro en utilizar la oratoria traduciéndolo a algo llamado la fuerza del discurso, para conectar con los votantes. Su discurso era simple, directo y apelaba a las emociones de los votantes, especialmente a aquellos que se sentían descontentos con el gobierno actual. Lo cual logró ser un importante activo para el triunfo electoral, derivado del uso efectivo de medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.

El contexto social y político en América Latina, llegó a impactar en México de alguna forma y también jugó un papel importante en el efecto AMLO. En 2018, México se encontraba en un momento de descontento social y político. La corrupción, la desigualdad y la violencia estaban en aumento, y el hartazgo de los votantes que los llevó a buscar un cambio. En este sentido el candidato ofreció a los votantes un mensaje de esperanza y cambio, y esto resonó con muchos de ellos, algunos otros simplemente los movió el ya mencionado hartazgo; el cual, los motivó para ir por lo que en México se conoce o se menciona como el menos peor. Después de tantos años de la división de poder bipartita, entre PRI y PAN.

El uso de las redes sociales también fueron un factor importante en el efecto AMLO. El candidato Andrés Manuel López Obrador fue un pionero en México en el uso de las redes sociales para conectar con los votantes. Utilizó plataformas como Facebook, Twitter e Instagram para difundir su mensaje y conectar con los votantes de manera directa y personal.

En conjunto, estos factores contribuyeron al efecto AMLO, que resultó en la victoria del candidato en las elecciones de 2018. Por supuesto, es importante tener en cuenta que es un fenómeno complejo que no se puede explicar por una sola causa. Sin embargo, el estudio de los factores que contribuyeron a este fenómeno puede ayudarnos a comprender mejor cómo funciona la comunicación política y cómo influye en el comportamiento electoral.

A partir de esa experiencia nacional en la vida política del País podemos destacar que los medios de comunicación y las redes sociales han adquirido una gran importancia en las elecciones en México en los últimos años gracias a su influencia en los procesos electorales en:

Difusión de información: Los medios de comunicación y las redes sociales son una fuente importante de información para los votantes. A través de ellos, los candidatos y partidos políticos pueden difundir sus propuestas y mensajes, y los votantes pueden informarse sobre las diferentes opciones y tomar decisiones informadas.

Movilización de votantes: Las redes sociales también pueden ser utilizadas para movilizar a los votantes y generar entusiasmo en torno a ciertos candidatos o partidos políticos. En particular, la campaña de AMLO en 2018 se destacó por el uso efectivo de las redes sociales para movilizar a sus seguidores.

Influencia en el voto: Algunos estudios sugieren que los medios de comunicación y las redes sociales pueden tener una influencia significativa en el resultado de las elecciones. En particular, se ha señalado que la cobertura mediática negativa de ciertos candidatos o partidos políticos puede afectar su desempeño en las urnas.

Control de la información: Los medios de comunicación y las redes sociales también pueden ser utilizados para controlar la información y manipular la opinión pública. En algunos casos, los medios pueden ser controlados por intereses políticos o económicos que buscan influir en el resultado de las elecciones.

Así, la estructura de la tesis se organiza en tres capítulos esenciales, en el primero, se hace una revisión conceptual sobre la democracia y algunas de los fenómenos que han afectado su proceso de consolidación, como lo es el neoliberalismo y su impacto en el imaginario social y político. En el segundo, se expone la importancia de la comunicación política, así como sus principales características y componentes centrales, y en el tercero, se muestra de forma explícita el análisis de la elección presidencial del 2018 y los datos que sustentan la hipótesis central, para finalmente presentar las reflexiones generales de la tesis.

Capítulo I

1.1 Democracia

La presente tesis se propone examinar la importancia de la comunicación política en la campaña presidencial de Andrés Manuel López Obrador del 1 de junio de 2018 en México. En este sentido, es importante que antes de entrar a los conceptos de análisis, se comprenda qué es la democracia y cuáles son sus principales características, con la finalidad de saber a qué hacemos referencia cuando se habla de ella y cuál es el contexto en el que se desarrolla, en especial cuando se trata de elecciones donde se enfrentan diversas fuerzas políticas del país.

En primer lugar, se conceptualiza la democracia, para después explicar algunos de los procesos que vivió la región latinoamericana, particularmente por la aplicación del enfoque neoliberal en la región, y las consecuencias que trajo consigo en el ámbito de lo político. Si bien el neoliberalismo, fue implementado inicialmente en términos económicos, dichas lógicas tienen impactos importantes en el ámbito de las instituciones del Estado, así como de los procesos sociales que se viven en los diversos territorios, y del que México no ha sido la excepción.

Así, para definir democracia, es importante considerar, es una palabra compuesta y que viene del griego traducida al castellano:

“La palabra griega demokratia se compone de demos, que quiere decir “pueblo” y de Kratos que quiere decir “poder” por tanto traducida al castellano significa “poder del pueblo”. Si es así “las democracias tienen que ser” lo que dice la palabra: sistemas y regímenes políticos donde el pueblo es el que manda” (SARTORI, 2018, pág. 15)

La democracia más que una forma de gobierno es un sistema político en el que el pueblo elige a sus representantes a través del voto para gobernar el país, donde el poder del pueblo es ejercido de manera unánime y donde tienen la capacidad de elegir a sus representantes, pues su participación es fundamental para el buen funcionamiento del sistema.

“La idea democrática se desarrolló sólo después de ese corte, a la vez social y político, (que puede ilustrarse mediante la oposición entre ciudadanos activos y ciudadano pasivos) Hubiera sido encubierto por el sufragio universal, Introducido en primer lugar en Francia en 1848, y luego cuando el fundamento de las instituciones políticas si una satisfacción de las demandas populares, Porque estas peleaban, en contra de los intereses dominantes, a la racionalidad técnica Y económica durante tanto tiempo utilizada contra ellas.” [...] (Touraine, 1994, pág. 74)

En este sistema, la mayoría decide sobre la minoría, lo que se conoce como democracia representativa. Es importante destacar que la democracia requiere ciertas características tanto para votar como para ser votado, lo que varía según cada país. En resumen, la democracia es la forma de elegir un gobierno mediante participación activa de los ciudadanos en el proceso electoral.

Habría que decir también que al momento de elegir a los representantes mediante el voto les estas dando el derecho de legitimidad, otorgando el poder de gobernar o sea obtener el poder mediante un periodo determinado. Como lo menciona Sartori, la democracia es gobierno de opinión, una acción de gobierno fundada en la opinión (2008, pag.33) la opinión es lo que una persona piensa o siente respecto a un tema en particular. Es como expresar su punto de vista o sus pensamientos sobre algo.

En esta idea el deber ser es que la ciudadanía tenga el derecho, la libertad de opinión ante las personas que escogieron para que los representaran y así poder tener la garantía de lo que se requiere para la mayoría, por consiguiente, también se habla de que en la democracia se obtiene como participante al ciudadano como se menciona: [...] “participación” es tomar parte activa, voluntaria y personalmente. “voluntariamente” es un detalle importante, porque, si se obliga a la gente a participar a la fuerza, eso es movilización desde arriba y no participación desde abajo” (Sartori, 2008, pág. 35). La forma ideal de la democracia es la participación activa de la ciudadanía en un contexto de que sea voluntario al mismo tiempo se le da una prioridad al hacerlo y no a forzar hacerlo. Pues participar es querer ponerse en marcha uno mismo no que otros te movilicen para que realmente participes.

En el mundo se va evolucionando cada vez más en las formas de hacer democracia, al mismo tiempo nos lleva a la apertura de tecnologías en la vida cotidiana como

Geovanni Sartori lo menciona, la democracia electrónica constituye su encarnación más avanzada. Allí el ciudadano se siente ante una mesa con su computadora y todas las tardes, supongamos le digan diez preguntas a las que ha de responder “sí” o “no” apretando una tecla. Con este sistema llegamos al autogobierno integral. Tecnológicamente la cosa es ya por completo factible. (Sartori, 2008, pág. 40)

En el mundo en el que se vive la tecnología ha ido avanzando a grandes pasos, ya no solo en la computadora te podrías poner a realizar cualquier tipo de encuestas, sino que es un aparato mucho más compacto y de bolsillo como un celular. Por lo tanto, se habla en primera instancia sobre las elecciones, y con ello elegir a los representantes por medio de las votaciones. “Ciertamente, la democracia no es solo votar y elegir. [...] las elecciones no instituyen un sistema democrático, las elecciones son una condición necesaria, pero no suficiente de democracia” (Sartori, 2008, pág. 108).

De modo que las elecciones si son una condición para que haya democracia, pero no son realmente suficiente para que sea una democracia completa como ya lo habíamos comentado anteriormente, lo ideal no sería solo escoger por quién votar y elegir a un representante, tener en cuenta a quien se elija será la autoridad de representación, sino que también ser parte de la discusión pública.

Dentro del modelo de la democracia permite que haya diferentes ideologías en donde se conviven distintas formas de entender la política y se agrupan en partidos políticos en su mayoría que en si son una construcción selectiva de los ideales de las distintas tendencias o la forma de entender al estado, la política, la economía, y la cual busca representar a aquellos que comparten ese proyecto.

Dentro de lo fundamental es que de este modo la política será el resultado del equilibrio de las distintas fuerzas, viéndose obligado a pactar para gobernar, haciendo más difícil para gobernar casi siempre para la minoría. Sin embargo, lo importante de la democracia es construir diversas formas de consenso, en búsqueda de que esa minoría se sienta incluida en la toma de decisiones y así pactar nuevas formas de organización de los procesos democráticos.

La democracia ha evolucionado de diferentes maneras pues ha pasado de una democracia restringida a un sufragio. Y se ha alineado a las leyes que cada región integra en su país, se expresa como la voluntad del ciudadano:

Como lo menciona (Pabón Arrieta, 2019, pág. 21) La democracia implica el reino de las leyes y la obediencia de las leyes. Y es que la ley es la expresión de la voluntad del ciudadano y de la ciudadanía, se entiende que, en la democracia, el actor primordial es el ciudadano.

Efectivamente la democracia se fundamenta en el respeto y las leyes, las cuales representan la voluntad de los ciudadanos. Es fundamental que la ciudadanía participe activamente ya que la soberanía recae en el ciudadano. Pues en este sistema el ciudadano es el actor principal por ende siendo su participación fundamental para el correcto funcionamiento de la democracia.

Dentro de la democracia se ha visto con el paso del tiempo como se ha desarrollado y ha tenido cambios estructurales en los diferentes países donde tienen este modelo. En la democracia se han visto varios modelos a lo largo de los años, como el de representación que es el que se maneja en México y casi en toda América latina, el modelo de representación en el cual la población de un país en cada cierto periodo sale a votar por un candidato de un partido o independiente, para que sean electos mediante las votaciones, serán quienes representen en el gobierno, tengan la toma de decisiones en nombre de la población y también de defender los intereses de los órganos legislativos, en este sistema los ciudadanos delegan su poder de decisión a un representante que eligen, confiando en que actuara en el beneficio común.

Al final la democracia es un sistema político que se encarga de ayudar a los ciudadanos a elegir a los representantes del país donde viven, teniendo en cuenta, como ya fue mencionado antes, las características con las que deben cumplir para votar y ser votados, convertirse en un representante en el gobierno que vele por los intereses de la mayoría sobre la minoría, pero siendo en lo ideal lo mejor posible.

1.1 Crisis de democracia en América latina

A pesar de que la democracia es una forma eficaz de toma de decisiones en diversos países del mundo, existen muchos procesos negativos en su ejecución, pues están en juego múltiples intereses, lo cual lleva al ejercicio de poder concentrado por grupos y no necesariamente se busca el bien común. Por lo tanto, en muchos países se observa la crisis de la democracia, en especial, en los países de América Latina, pues a raíz del neoliberalismo no sólo hay intereses nacionales sino extranjeros.

Después de la primera y segunda guerra mundial empezó a ver cambio en todo el mundo y la democracia fue uno de estos cambios pues se fue expandiendo en diferentes continentes en el siglo XX y después en los años 80's llegó a América Latina como lo vemos referido aquí:

“El siglo XX ha sido el siglo de las democratizaciones, primero en Europa y después en el resto del mundo. Según Samuel Huntington (1991) se han realizado en tres olas sucesivas: después de la primera guerra mundial (Alemania, Austria y otros estados de Europa central), después de la segunda guerra mundial (Alemania, Austria, Italia, Japón y otros), y una nueva ola comenzando en los años setenta en Europa del Sur (1974-1975 en Portugal, Grecia, España), después, a partir de los años ochenta en América Latina, en Asia del Este y del Sur y en otras partes del mundo” (Bernecker, 2004, pág. 15)

La devastación de una guerra siempre lleva al cambio para mejorar, como lo vemos en la referencia hubo varias olas de un nuevo comienzo que se derramó durante varios años en varios países para llegar hasta América latina, cansados de las antiguas formas del sistema político.

Los procesos que se fueron dando durante varios años en los que la democracia se fue expandiendo de formas diferentes durante varios años y en varios continentes en el siglo XX y se verá reflejado en la siguiente tabla:

Tabla 1. Las Democracias

Democracias liberales, semiliberales e iliberales						
(porcentaje del total de democracia electorales, 2001)						
Distribución continental	Democracias liberales		Democracias Semiliberales		Democracias iliberales	
	%	Número de casos	%	Números de casos	%	Número de casos
Total	58.3	70	20.8	25	20.8	25
Europa (sin países post comunistas)	95.9	23	4.1	1	-	-
Europa post comunista (incluidos estados CEI)	50.0	9	16.7	3	33.3	6
África	28.6	6	23.8	5	47.6	10
Asia	23.1	3	38.5	5	38.5	5
Oceanía	66.7	8	25	3	8.3	1
América latina	63.3	19	26.7	8	10.0	3
América del norte	100	2	-	-	-	-

Fuentes: Transición democrática y anomia social en perspectiva comparada. Freedom House, según la clasificación de Larry Diamond (Bernecker, 2004, pág. 26)

En la tabla anterior podemos examinar la transición que se dio en las olas democráticas en todo el mundo, la comparación que se observa de los demás continentes con América latina. El número de democracias en América latina es un poco alto en lo que se refiere a las democracias liberales.

América latina esta como en el cuarto lugar del porcentaje más alto en las democracias liberales pues entra con el 63.3% pero se ve que se aumenta un poco en las democracias semiliberales a un 26,7% y se queda con un 10.0% en democracias iliberales, en la mayoría de las democracias no liberales no ha habido una mejora.

Durante este período se fue dando el proceso de democratización y desde el punto de vista de Walther L. Bernecker que nos dice que un proceso cuyo comienzo coincide de una segunda fase de la transición hablando después de las primeras elecciones y normalmente continua después del final de la transición hasta el umbral característico a partir del cual consideramos la nueva democracia.

En el cambio de siglo del XX al XXI, la forma en cómo se hacía, ahora como se democratiza y toda esta parte de pérdida de legitimidad de las instituciones. Lleva a la sociedad a perder la esperanza, a los extremismos lleva al abandono de la democracia a buscar alternativas tipo revolucionarias. Se señala nuevas luchas de donde una sociedad ya no está conforme con lo que ve de las instituciones democráticas que deberían ser quienes apoyen al desarrollo de la sociedad tanto como del país en sí y no obtener riqueza de forma ilegal, por medio de corrupción.

Las expectativas de la democracia de la cual se siente que se prometió en esta parte de resolver el conjunto de la democracia no consolidada, junto la práctica del neoliberalismo la reorganización, la economía y por lo tanto la democracia está llamada a reorganizar la política en los países en América latina, se organizó y posibilitó los pactos de convivencia de conflicto inviables y al final no hubo un cambio en América latina no se vio ninguna mejora después de 30 años de procesos democráticos, esta realidad, hay un descreimiento de esta posibilidad de no creer que la democracia pueda dar a una resolución de conflictos.

El fenómeno de la crisis en América latina y lo vemos con este autor que nos habla:

“La democracia en América Latina vive en crisis. No es una noticia nueva, siempre lo a estado y lo estará. Es su estado natural.” [...] “Lo nuevo y lo grave es que la crisis de las democracias en América Latina es simultánea a la crisis del modelo del Estado de derecho y del régimen político democrático, en el contexto de una globalización en la que los mercados, en nombre de la libertad – y de la mano del capital transnacional -, implementan políticas encaminadas hacia la destrucción de los derechos económicos, sociales, culturales y medioambientales, y a debilitar las técnicas de protección de los derechos humanos.” (Arrieta, 2021)

La situación de la democracia en América latina se destaca la idea de que la crisis democrática en la región es constante y por ende se entrelaza con el Estado de derecho y el régimen político democrático. Además, menciona como la globalización y los mercados pueden influir en el deterioro de los derechos y la protección de los derechos humanos.

El analfabetismo político que carece de información que estamos consumiendo como sociedad, que tipo de información política está circulando o que formación

política se tiene o no, la polarización que tienen los gobiernos, la desinformación y la transparencia que no se tiene hacia la sociedad que incrementa por mucho la desconfianza que ya se tenía y que solo se lleva al avance de la crítica social hacia la desinformación del gobierno.

Toman como medio de información y de gobernar las nuevas tecnologías, las redes sociales dándoles un poder duro teniendo esta calidad de la información casi nula, la información que se lleva realmente o la información oculta, que tanta democracia hay realmente en esta parte de gobernar por redes sociales.

El descontento que se vive en América latina viene desde el paso del siglo como ya fue mencionado al principio esta forma de hacer democracia ya no es factible para la sociedad pues cada vez vamos avanzando en la tecnología pero retrocediendo en poder hacer política y llevar una buena economía en los países que llevan como estandarte la democracia pues existen diferentes brechas económicas, sociales ya políticas a lo largo de este siglo en el que este tipo de cosas se siguen incrementando con el paso del tiempo y del cual no se le da una solución solo se sigue teniendo o más bien atendiendo como la vieja política, no se le da la transformación social radical que se requiere, como lo menciona Olvera:

“América latina está atravesando una fase crítica en su breve historia democrática. [...] “el desgaste de las frágiles instituciones democráticas nacionales ha conducido a que los regímenes democráticos de la mayor parte de la región sufran procesos de involución autoritaria -de mayor o de menor envergadura-, y a que se generalice un gran malestar de la ciudadanía con las democracias realmente existentes y, ante todo, con sus actores fundamentales, los partidos políticos.”
(Olvera, 2019)

En el texto anterior se destaca la fase crítica que atraviesa América latina en su historia democrática. Se entiende como el desgaste de las instituciones democráticas ha llevado a un proceso de involución autoritaria en la región y a un malestar generalizado de la ciudadanía hacia las democracias existentes y los partidos políticos.

La crisis es un momento en el que algo se complica o se dificulta, se presentan diferentes problemas o ciertas situaciones de las cuales requieren atención y

solución. Puede que se presente en diferentes ámbitos como lo es en lo político, económico o personal. Como ya se ha mencionado en otro apartado es el poder del pueblo, el sistema político que ayuda a poder escoger en algunos tipos de democracia como lo es la representante exactamente a aquello que se acaba de mencionar mediante elecciones, dando su voto bajo ciertos aspectos legales que se requiere que una persona tenga para poder emitir su voto. El contexto de la democracia en crisis es un poco complicado ya que es muy generalizado pues se refiere a esta parte en la que las instituciones del gobierno sufren de algún tipo de desafíos como lo es la corrupción, la falta de participación ciudadana o hasta la vulneración de los derechos humanos.

“La crisis de la democracia latinoamericana ha destruido el espíritu democrático en las comunidades políticas y el retorno de los caudillos es inminente en la política latinoamericana. Este fenómeno político que acarrea la destrucción del tejido social y de la solidaridad social condice a la desesperanza y al debilitamiento del estado de derecho” (Pabón Arrieta, 2019)

La crisis que se vive en Latinoamérica ha afectado el esfuerzo de democrático en las comunidades políticas y ha abierto la puerta al retorno de los líderes en la política de la región. Este fenómeno no solo está impactando a la estructura social, sino que también a la solidaridad que contribuye a la desesperanza y al debilitamiento del estado de derecho.

Se ha visto que a pesar de avances que se han visto en varias regiones la democratización en muchos países latinoamericanos sigue habiendo desafíos significativos que ponen en duda la viabilidad de las instituciones democráticas. A pesar de avances en algunos de ellos, en otros se viven procesos de protesta social que buscan reivindicaciones de un conjunto de derechos propios de ciudadanía, lo que hace evidente que es un proceso en construcción y una lucha de múltiples sectores que requieren que su voz sea escuchada.

Algunos de los factores que han contribuido en la crisis de la corrupción generalizada, es la desigualdad socioeconómica, la inseguridad, la falta de representatividad de ciertos sectores de población y la decisión de poderes facticos en la diferente toma de decisiones políticas en los países con este sistema político.

“El Diccionario de la Real Academia Española define la corrupción como: en las instituciones, especialmente en las públicas, práctica consistente en la utilización de indebida o ilícita de las funciones de aquellas en provecho de sus gestores”

Estos elementos han sido un parteaguas para generar desconfianza entre la sociedad, sus gobiernos y el sistema democrático en general. Además, en varios países en América latina, se han visto retrocesos como lo es en los derechos humanos, la independencia de los poderes de los estados y la libertad de prensa. Estos retrocesos han generado preocupación a nivel nacional como a nivel internacional.

Un ejemplo de lo que pasaba en Latino América en los años en los que ganó AMLO:

Tabla 2. Las izquierdas

Comparación entre las izquierdas:			
Aspecto	Argentina	Chile	Brasil
Líderes históricos	Néstor y Cristina Kirchner	Salvador Allende, Gabriel Boric	Lula da Silva, Dilma Rousseff
Enfoque principal	Justicia social, redistribución	Igualdad, derechos civiles	Reducción de la pobreza, programas sociales
Desafíos actuales	Economía inestable, inflación	Fragmentación política, nueva Constitución	Polarización política, corrupción
Año	2003-2007	2022-2026	2003-2011

Fuente: elaboración propia

1.1.1 Crisis de la democracia en México

Para que hubiera democracia en México hubo muchas personas capaces de luchar para que la democracia fuera cierta en nuestro país, pasando de un sistema político unipartidista a un sistema bipartidista y que lleva a la competición entre partidos en unas elecciones donde la sociedad tiene la libertad de emitir su voto para escoger a un representante para poder gobernar de la mejor forma posible.

[...] “A partir del mal manejo mediático de la corrupción de funcionarios del gobierno local y políticos representantes del Poder legislativo. Esta crisis no se reduce a la situación de un solo partido, sino que abarca todo el espectro de la clase política institucionalizada. La polarización social a sido el resultado [...] del gobierno del cambio y con ella se a generado una honda fracturada política. El país no se pone de acuerdo con el combate a los principales rezagos sociales, urbanos y campesinos.” [...] (Lucía Álvarez Enríquez, 2006, pág. 125)

En la crisis de la democracia en México, se ha tenido un mal manejo mediático de la corrupción por parte de los de los funcionarios gubernamentales y políticos. Es importante destacar que esta crisis no se limita a un solo partido político, sino que involucra a toda la clase política institucionalizada. La polarización social que ha surgido como resultado de estas circunstancias ha generado una profunda fractura en la sociedad.

La democracia en México tuvo un proceso de transición significativo a partir de la segunda mitad del siglo XX. Antes de esta transición, México estaba dominado por un sistema político de partido único, principalmente el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

“El sistema político mexicano, se empezó a gestar como un sistema singular en el poder, explicado por la creación y adaptación de un sistema de partido hegemónico. La oposición no influía en las decisiones; de esta forma, el poder Presidencial y el partido hegemónico se extendieron a lo largo del período comprendido entre 1952 y 1988. “Durante este período, el presidente en turno ejercía sus facultades meta constitucionales a plenitud y la hegemonía del PRI no era disputada por ninguna fuerza política.” (Santiago,1999: 49, citado por (Vela, 2008, pág. 138)

La transición hacia un sistema más democrático comenzó a tomar forma en la década de 1980, con reformas políticas que permitieron una mayor apertura y competencia política. Uno de los acontecimientos más importantes en este proceso fue la elección presidencial de 2000, donde Vicente Fox del Partido Acción Nacional (PAN) se convirtió en el primer presidente no perteneciente al PRI en más de 70 años pues la sociedad ya estaba cansada de no ver un cambio en tanto tiempo que tomó la decisión de ejercer su voto y cambiar radicalmente la dirección del país hacia un país democrático con el poder de elegir a sus representantes y tanta opresión que se vivió.

[...] “La economía, el tejido social, y la cultura están en crisis. Se pensó que en el 2000 México entraría en una transición de cambio democrático. La alternancia política es sinónimo de democracia, nos han dicho.” [...] “El paso en México de un régimen que detento el poder por 71 años, ostentado primero en la ideología nacionalista revolucionaria y después en un liberalismo social, a uno encabezado por un gobierno cargado a la derecha y conservador, no significo necesariamente un cambio democrático. Cambiaron los políticos, pero el régimen y el sistema se mantuvieron intactos.” (Lucía Álvarez Enríquez, 2006, pág. 125)

La relevancia de la situación en México es sumamente importante. La expectativa de un cambio democrático en el año 2000, con la alternancia política, la idea de este cambio de gobierno sería sinónimo de democracia. Sin embargo, el cambio de actores políticos no necesariamente implicó una transformación democrática profunda, ya que el sistema político y el régimen prevalecieron sin realmente cambios radicales.

Desde entonces, México ha seguido fortaleciendo sus instituciones democráticas y ha experimentado alternancias en el poder entre diferentes partidos políticos. La democracia en México ha evolucionado a lo largo de las últimas décadas, marcando un cambio significativo en la historia política del país.

El proceso de democratización en México no ha sido lineal en la siguiente tabla lo explica:

antidemócratas contra demócratas, la gente cambio de bandos y las instituciones se construyeron como mecanismos de compromiso.” (Bernecker, 2004, pág. 51)

Resalta la complejidad del proceso democrático en México, equiparándolo al caso europeo. Se menciona que el proceso democrático en México no fue el resultado de un análisis frío de diferentes alternativas políticas, sino que estuvo marcada por conflictos. Estos conflictos no se dieron necesariamente entre bloques demócratas y antidemócratas, sino que la gente cambio de bandos y las instituciones se construyeron como mecanismos de compromiso.

En el entendido de la democracia en México se fue desarrollando sabiendo que es una república federal democrática lo que significa que el poder se divide entre el gobierno federal, los estados y los municipios. Los principios fundamentales del país de basan en la constitución de los estados unidos mexicanos y los derechos de los ciudadanos.

En México se llevan a cabo elecciones en diferentes periodos para elegir a los representantes del gobierno a nivel federal, estatal y municipal. Con el paso de los años el sistema político mexicano ha ido evolucionando pasando de un sistema unipartidista a uno pluralista y competitivo.

En cuanto en el ahora en la crisis de la democracia en México es visible que es un tema de preocupación de los últimos años. Algunos de los desafíos que ha contribuido a la crisis de la democracia en México es la corrupción generalizada, la impunidad que se vive día a día, la desigualdad social, la violencia, la violencia de género y la falta de confianza en las instituciones gubernamentales.

La corrupción en nuestro país a minado la credibilidad de las instituciones gubernamentales y las ha hecho caer en decadencia pues se ha debilitado la confianza de la ciudadanía en el sistema político. La impunidad especialmente en caso de violencia los derechos humanos, ha generado indignación y ha socavado el estado de derecho del país.

Además, la desigualdad social que se vive a exagerado las divisiones dentro de la sociedad mexicana, creando tenciones y disfrutando la construcción de consenso

para abordar los problemas estructurales del país. La violencia que existe en México que se relaciona con el crimen organizado y la inseguridad pública que se vive también han afectado la estabilidad y la calidad de vida de los ciudadanos como se refiere en:

“La atmosfera social es la de una ciudad sitiada, donde la posesión de un trozo de carne establece la diferencia entre riqueza y pobreza. Y al mismo tiempo, la idea de que se vive en medio de la violencia cotidiana, y por tanto en peligro, hace que la entrega de todo el poder a una reducida casta política y empresarial parezca la condición natural e inevitable para sobrevivir.” (Lucía Álvarez Enríquez, 2006, pág. 115)

La idea de vivir en una ciudad rodeada, donde la posesión de recursos básicos como la comida hacer una diferencia, la riqueza de la pobreza, pone evidente las desigualdades extremas que existen en la sociedad. La percepción de estar constantemente expuestos a la violencia cotidiana, genera un ambiente de temor y vulnerabilidad lo que puede llevar a la concentración del poder en manos de una elite política y empresarial como una supuesta forma de garantizar la supervivencia.

Dentro de la crisis de México no hay una tradición democrática pues nunca se ha dado la participación realmente dentro de nuestro país nos damos cuenta en la parte en que solo se va a votar por que se tiene que votar este tipo de participación si ha crecido, pero realmente la sociedad de nuestro país no se informa lo suficiente. Y en México se está jugando a la democracia, aprendiendo a ser un país democrático después de 30 años de ejercerla.

“El concepto de crisis remite a momento de quiebre, de fin de ciclo, de agotamiento de ciertos ordenes sociales, políticos y económicos, que además son percibidos o vividos como tales por los ciudadanos.” (Olvera, 2019)

En México siempre se había visto crisis y siempre ha podido salir adelante con sus altas y bajas. La crisis de la democracia siempre ha existido, pues la democracia consolidada nunca fue efectuada como tal, ha sido en su mayoría del tiempo una democracia defectuosa donde la sociedad mexicana solo sale a votar, es su parte de participación que conocen y no se fijan más en lo que pasa en el gobierno hasta que vuelven a llegar otras elecciones lo único que ha sido más vistoso en los últimos años es que la participación para votar y elegir a un representante ha ido en

aumento desde las últimas décadas y por consiguiente es un paso más a la transformación que se quiere vivir en México pero que aún le falta por mejorar.

En la siguiente tabla extraída del latinobarómetro veremos que en México de 1995 a 2018, este ha tenido una disminución en el apoyo a la democracia pues menos del 50% de la población que respondió a estas encuestas tiene la certeza de que no se lleva a cabo verdaderamente una democracia activa.

Tabla 3. El apoyo a la democracia por país y año 1995-2017

1995	1996	1997	1998	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2013	2015	2016	2017	DIFERENCIA	
AUMENTO ENTRE 2016 Y 2017																					
Brasil	41	50	50	48	38	30	37	35	41	37	46	43	47	55	54	45	49	54	32	43	11
Guatemala	50	48	54	39	33	45	33	35	32	41	32	34	14	46	36	41	33	31	36	5	
Paraguay	52	59	45	51	45	35	41	39	39	32	41	33	53	45	49	54	50	44	55	59	4
Colombia	60	69	55	40	36	39	46	46	46	53	47	62	49	60	55	52	55	54	58	4	
Costa Rica	80	83	69	81	71	77	78	67	73	75	83	67	74	72	65	53	57	60	62	2	
Ecuador	52	41	57	52	40	47	45	46	43	54	65	56	43	64	61	62	71	67	69	2	
Uruguay	80	80	86	81	83	79	77	78	78	77	77	75	79	81	75	75	71	76	68	70	2
Panamá	75	71	71	61	34	55	51	64	52	55	62	56	64	61	60	49	44	45	46	1	
Chile	52	54	61	53	54	45	50	51	57	59	56	46	51	59	63	61	63	65	54	55	1
Venezuela	60	62	64	60	61	57	73	68	74	78	70	67	82	85	84	77	87	84	77	78	1
DISMINUCIÓN NO SIGNIFICATIVA ENTRE 2016 Y 2017																					
Nicaragua	59	68	72	62	43	63	51	39	57	56	61	58	55	58	50	50	48	41	40	-1	
El Salvador	56	66	79	55	25	40	45	50	59	51	38	50	68	59	54	49	41	36	35	-1	
DISMINUCIÓN ENTRE 2016 Y 2017																					
Argentina	76	71	75	73	71	57	65	69	64	66	74	63	60	64	66	70	73	70	71	67	-4
DISMINUCIÓN MUY SIGNIFICATIVA ENTRE 2016 Y 2017																					
México	49	53	52	51	44	46	63	53	53	59	54	48	43	42	49	40	37	48	48	38	-10
Perú	52	63	60	63	59	62	55	50	45	40	55	47	45	52	61	54	56	56	53	45	-8
R. Dominicana	65	60	71	64	73	67	63	65	60	63	60	63	60	63	60	54	-6				
Honduras	42	63	57	64	57	57	55	46	33	51	38	44	53	53	43	44	40	41	34	-7	
Bolivia	64	66	55	60	54	52	50	45	49	58	67	68	71	68	64	61	65	64	59	-5	

Fuente: (Latinobarómetro Opinión Pública Latinoamericana, 2018)

1.2 Neoliberalismo

El neoliberalismo comenzó a verse desde finales del siglo XIX en los países europeos y a principios del siglo XX en Estados Unidos se comenzó adoptar, el siguiente autor lo menciona bien en su artículo:

“El neoliberalismo tiene sus fundamentos en la teoría neoclásica de la economía, que se desarrolló en Inglaterra, Estados Unidos y el resto de Europa a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. La teoría neoclásica cuenta entre sus grandes teóricos a Carl Menger (1840-1921), León Walras (1834-1910), Stanley Jevons (1835-1882) y Alfredo Marshall (1842-1924). Estos teóricos influirán posteriormente, entre otros, en autores neoliberales, como Ludwig von Mises, Friedrich von Hayek y Milton Friedman.” (Gracia, 2015, pág. 5)

El neoliberalismo tiene sus raíces en la teoría neoclásica de la economía, algunos países adoptaron este modelo, a principios del siglo XX. Destacando a varios teóricos neoclásicos que después influyeron en otros autores neoliberales los cuales desarrollaron y promovieron las ideas económicas que caracterizaron al neoliberalismo. La conexión entre la teoría neoclásica y el neoliberalismo destaca la evolución del pensamiento económico a lo largo de la historia y como las ideas de estos precursores han moldeado las políticas económicas contemporáneas.

El neoliberalismo es una corriente de pensamiento económico que promueve la reducción de la intervención del Estado. Como menciona en el siguiente texto el neoliberalismo es el nuevo liberalismo:

“El concepto clave en el pensamiento neoliberal es mercado. La transición del liberalismo clásico al ‘nuevo liberalismo’ (neo significa nuevo), es que se abandona la idea de que el rol de los gobiernos es simplemente dejar que los mercados existentes funcionen.” (Ossandón, 2019, pág. 6)

El concepto fundamental en el pensamiento neoliberal: el mercado. Se menciona que la transición del liberalismo clásico a “nuevo” liberalismo implica esta parte de

abandonar la noción de que el único papel de los gobiernos es permitir que los mercados existentes operen. Esta evolución hacia el neoliberalismo implica un cambio en la percepción del papel en relación con el mercado.

El modelo neoliberal es un sistema económico que habla del libre mercado o sea sin que el estado haga ningún tipo de regulación ante el mercado económico, fomenta la libre competencia, en el entendimiento individualista. Como lo menciona este autor:

“El neoliberalismo es, ante todo, una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercio.” (Harvey, 2007, pág. 6)

El fundamento del neoliberalismo habla en de la libertad individual, que quiere decir que hay una apropiación de la intelectualidad, de la cultura, del modo de vivir. Sé dice adiós a la cooperación y a la comunidad. Mercado es el que dicta todo, como se mueve los gobiernos y las sociedades.

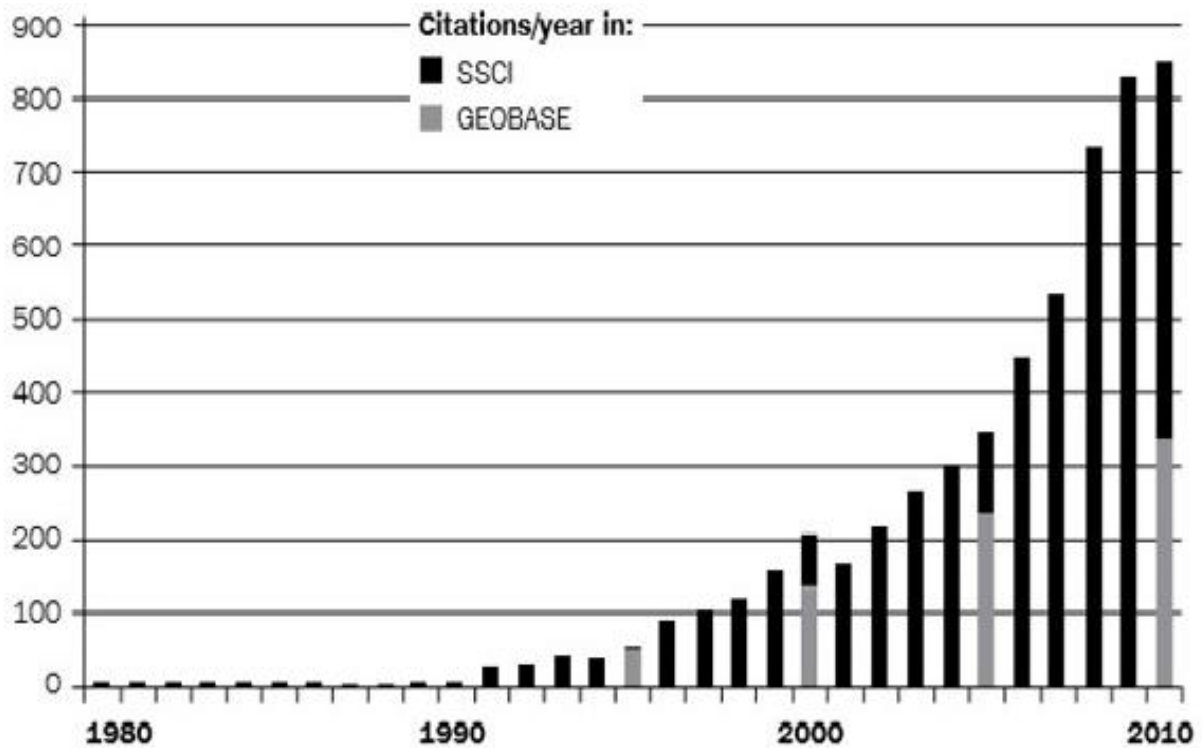
Tiene un marco de referencia que entre laza lo político y lo económico ósea que toma de lo político esta estructura discursiva y los conceptos económicos que quiere decir que, en lo individual, si me conviene o no ver la regulación del mercado.

[...] “Desde la perspectiva del neoliberalismo, el Estado constituye una institución que funge como intermediaria entre estas políticas y su aplicación social, a través de una serie de programas de diversa índole. En realidad, la fuerza motriz del neoliberalismo estriba en las políticas económicas de mercado y sus directrices constituyen los elementos que determinan la conducción de los países en la actualidad.” (Cruz Soto, 2002, pág. 22)

Neoliberalismo modelos económico de libre mercado donde no permite que el estado intervenga en el mercado o sea que haya libre mercado y libre competencia.

Es un modelo mediante el cual permite el crecimiento individual y permite a los mercados que actúen libremente sin intervención alguna de los gobiernos o cualquier tipo de injerencia.

Gráfico 2. El surgimiento del neoliberalismo como un significado científico social



Fuente: Artículo Neoliberalismo y crisis actual. Web of knowledge, GEOBASE. (Peck, 2012)

Después de la caída del muro de Berlín el neoliberalismo empezó a verse en todo el mundo, como se observa en la gráfica en 1990 se expandió este nuevo modelo económico en la mayoría de los países, y para el año 2010 ya estaba implementado.

Tabla 4. Características del modelo Neoliberal

1.	Liberación del comercio	El neoliberalismo sugiere la eliminación o flexibilización de restricciones comerciales, especialmente las referidas a la movilidad de los capitales, exceptuando aquellas que tengan que ver con la propiedad y la seguridad.
2.	Libre mercado	Como resultado de la desregularización de las normas comerciales y la poca o nula intervención del Estado. El mercado, en un entorno neoliberal, funciona bajo la ley de la oferta y la demanda, en el que los precios son acordados exclusivamente entre compradores y vendedores.
3.	Férreas políticas fiscales	Estas medidas incluirían la reducción del gasto público, la disminución de los impuestos sobre la producción y el aumento de los impuestos al consumo, entre otras reglas.
4.	Flexibilidad en la legislación laboral	con esto se busca que las empresas creen sus propios parámetros en cuanto a la contratación de empleados se refiere. Para ello se ajustan las reglas según las necesidades de la organización. Este punto ha sido una de las mayores críticas al modelo neoliberal por parte de sus detractores.
5.	Políticas monetarias anti devaluatorias	en este sentido, el neoliberalismo propone la restricción de la masa monetaria (el dinero disponible

		en la economía de un país) y el aumento de las tasas de interés para evitar la devaluación de la moneda.
6.	Privatización de las empresas públicas	con esta medida se pretende recortar el gasto público, disminuir la burocracia y aumentar los niveles de eficiencia en la producción y oferta de servicios públicos.

Fuente: Elaboración propia. (Martínez, 2024)

Estas características para el modelo buscan, fomentar la eficiencia económica y el crecimiento a través de la liberación de la economía.

Los mercados con sus propias leyes pueden optimizar la comercialización de un país; que es lo que se produce, a qué precio debe vender, cuáles son los salarios adecuados para la fuerza de trabajo, todo esto lo regula el mercado y por consiguiente el gobierno no tiene por qué meterse. Esta ideología ha tenido un impacto significativo en las economías alrededor del mundo.

1.2.1 El impacto de la lógica neoliberal en la democracia.

El neoliberalismo ha tenido un impacto significativo en la democracia en muchos países. Básicamente, el neoliberalismo aboga por la reducción de la intervención del gobierno en la economía. Esto puede afectar la capacidad del Estado para regular sectores importantes como el financiero, laboral, socio-político y ambiental. Al disminuir la regulación, se pueden ver afectadas las protecciones laborales y sociales de los ciudadanos.

Además, el neoliberalismo tiende a favorecer la privatización de servicios públicos, lo que podría llevar a una disminución en la calidad y accesibilidad de estos servicios para ciertos grupos de la población. Asimismo, la promoción del libre mercado puede aumentar la desigualdad económica al beneficiar a algunos grupos en detrimento de otros, lo que presenta desafíos para la equidad y la inclusión social en un sistema democrático.

Por otro lado, algunos argumentan que el neoliberalismo puede fomentar la competencia, eficiencia y crecimiento económico, lo que podría tener impactos positivos en la democracia al generar recursos adicionales para programas sociales y desarrollo. Sin embargo, es importante analizar cómo se equilibran los principios democráticos con las políticas neoliberales para garantizar la protección de los derechos y la participación de todos los ciudadanos.

" En cuanto a los argumentos que atribuyen a "la crisis" - concebida en general y en abstracto- la creciente gravedad de los problemas del tercer mundo, no sólo ocultan que los costos de "la crisis" se distribuyen en forma desfavorable para nuestros países, sino que en el interior de cada uno también se distribuyen en forma desfavorable para la mayoría de la población; y no solo para la más desprotegida, sino para los propios sectores medios que se habían desarrollado en más de medio siglo al amparo de las políticas anteriores, Populistas o socialdemócratas. A unos se les quita lo que antes se les había dado y a otros se les paga menos o se les hace trabajar más." [...] (Laxe-fernandez, 2002, pág. 48)

Otra de las consecuencias son los cambios en la política social, se refiere a las prestaciones contractuales o prestaciones sociales que prácticamente es un complemento a los trabajadores asalariados como seguro social, despensas, aguinaldo entre otras cosas, el otro aspecto es respecto al gasto público en materia de bienestar social que sería, salud, vivienda o educación. Otra de las consecuencias sería la mayor concentración de la riqueza que genera mayor desigualdad.

[...] " la relación funcional entre estado y mercado, Enfatizó su papel legitimante, al tiempo que procuró reconciliar dos lógicas contradictorias: la maximización de beneficios y la satisfacción de las necesidades sociales." [...] (Salazar, 2004)

Por ejemplo, la mala alimentación y la desnutrición son sin duda una consecuencia del neoliberalismo pues si los salarios son insuficientes, los precios de los artículos de primera necesidad siguen subido y el desempleo sigue en aumento es obvio que habrá un deterioro creciente en la alimentación, y esto afecta como impacto social y el impacto de neoliberalismo a nivel político ha sido muy significativo en la sociedad.

Las políticas neoliberales promueven la reducción de la intervención del Estado en la economía, fomentando la libre competencia y la privatización de servicios públicos. Esto ha llevado a una mayor desigualdad económica, donde los beneficios suelen concentrarse en manos de unos pocos, mientras que otros sectores de la sociedad pueden experimentar dificultades económicas. Además, el neoliberalismo ha influido en la desregulación de los mercados, lo que puede llevar a crisis financieras y sociales. En términos de bienestar social, el impacto del neoliberalismo ha sido objeto de debate, ya que algunos argumentan que ha mejorado la eficiencia económica, mientras que otros señalan sus efectos negativos en la equidad y la justicia social.

"Es cierto que algunos científicos aseguran que hay una "curva" por la que todo mejorará a largo plazo después de que empeore a corto plazo; Pero ni dan evidencias al respecto, ni desde un punto de vista lógico o empírico Existe la más mínima razón para pensar que el conjunto de las medidas neoliberales conducirá al desarrollo de la mayoría de la humanidad y a la

solución de los problemas sociales del propio mundo desarrollado." (Laxe-fernandez, 2002, págs. 47 - 48)

El autor plantea una crítica importante sobre la efectividad de las medidas neoliberales en mejora a largo plazo en la sociedad. En este texto se cuestiona si realmente funcionan las políticas neoliberales, conducirán al desarrollo de la mayoría de la humanidad y la solución de los problemas sociales del mundo desarrollado. Esta perspectiva destaca la necesidad de examinar las implicaciones a largo plazo de las políticas económicas neoliberales y su impacto en la sociedad en general.

[...] "En la esfera social, la exclusión, la marginación, la "pobreza extrema", fueron las palabras clave; en el ámbito político, se produjo la división de la elite priista y el dominio de la tecnocracia neoliberal sobre el estructuralismo Keynesiano; el achicamiento del aparato estatal (privatizaciones) y la disminución del gasto público, afectaron al corporativismo y al control clientelar." (Salazar, 2004)

El sistema neoliberal ha impactado en diferentes aspectos de la sociedad y la política. En la parte social se menciona la exclusión, la marginación, y la pobreza extrema como consecuencias clave de las políticas neoliberales. Dentro del ámbito político, se observa la división de la elite y el cambio de enfoque de la democracia neoliberal sobre lo que es un estructuralismo Keynesiano.

A partir de este punto también se puede ver la reducción del tamaño del estado a través de privatizaciones y la disminución del gasto público han afectado el corporativismo y el control clientelar.

[...] " El déficit público fue señalado como una de las principales causas de la crisis económica, por ello, la propuesta neoliberal fue subsanar el déficit público mediante la disminución del gasto estatal, la privatización de las empresas públicas la reducción del aparato burocrático y el desmantelamiento del "Estado social". (Salazar, 2004)

Aquí hablamos de como el neoliberalismo abordo la crisis económica el señalar al déficit público como una de las causas principales. Para contrarrestar este déficit, se propuso la reducción de los gastos públicos, la privatización de las empresas

públicas, la disminución del aparato burocrático y el desmantelamiento del Estado social.

" La crisis del Estado de bienestar cuya respuesta fue la instauración del Estado mínimo o neoliberal El "Estado providencia" que tuvo mayor vigencia entre los años cincuenta y sesenta, se apoyó en cuatro aspectos del consenso político:

1. La relación entre política y crecimiento económico, con libertad de mercado;
2. la racionalidad y eficiencia de la burocracia encargada de administrarlo;
3. el papel de la política social como estabilizador democrático
4. la pretensión de reducir las desigualdades sociales." [...]

(Salazar, 2004)

El análisis presentado por Francisco Salazar destaca la transición de la crisis del Estado de bienestar hacia la instauración del Estado mínimo o el llamado Estado neoliberal. El concepto de "Estado providencia" predominante entre la década de los cincuenta a los sesenta fue basado en cuatro aspectos clave de lo que es el consenso político: la relación entre política y crecimiento económico con libertad de mercado, la eficiencia de la burocracia, el papel estabilizador de la política social en la democracia y la aspiración de reducir las desigualdades sociales. Estos puntos resaltan la evolución de las políticas estatales y la importancia de considerar las implicaciones de los cambios en el modelo de Estado en la sociedad y la economía.

1.3 Hartazgo social: transformación en México.

El hartazgo social viene desde hace varios años, históricamente empezó un poco en la transformación en México con el presidente Vicente Fox en el año 2000 donde se vio una ruptura en el sistema político tomando en cuenta que la sociedad mexicana ya estaba cansada de lo mismo de la forma en cómo se manejaba el país, con un solo partido que gobernó durante muchos años y esta ruptura se dio con el ya mencionado Vicente Fox tomando en cuenta que por el hartazgo social que se vivió desde hace varios años se vio una oportunidad para poder hacer un cambio radical en el país, haciendo valer su voto, por el simple hecho de votar por otro partido que les generaba confianza y poder generar un total cambio en el gobierno mexicano.

Hubo algo similar pues de que la sociedad optara por tener diferentes gobiernos de representación en los cuales “confiaban” para poder llevar al país a un cambio radical no se dio durante varios años después de Fox.

En el 2018 con la población ya cansada de las diversas situaciones que se vivieron en el país como lo es la corrupción, la impunidad, la gran brecha de la desigualdad social entre otros problemas. En México se empezó a ver una movilización por ver un cambio en su país y poder generar algo diferente esperando que fuera en su totalidad. Así que en las elecciones del 2018 la sociedad mexicana salió a votar por otro partido y por otro candidato que tuvo el poder de convencimiento, que él era el cambio que tanto estaban esperando, la población salió a votar con la ilusión de un cambio en México.

En la mayoría de la América latina existe una inequidad brutal que empobrece y denigra a millones de personas. El privilegio de la minoría el detrimento de la dignidad y calidad de vida de la mayoría que se encuentra ajena a las oportunidades desde la primera infancia. La ignorancia mata las esperanzas de quienes nacen en

un círculo de pobreza pues independientemente de sus capacidades no tienen la oportunidad de desarrollarlas en un entorno carente de salud, educación y seguridad.

A causa de gobiernos corruptos y clientelares que basan su bienestar en la necesidad del pueblo. Décadas de desatención programada y estructuras gubernamentales destinadas a la corrupción que benefician a unos poco que distribuyen migajas a unos cuantos.

El hartazgo social en México ha sido un tema que ha tomado fuerza en los últimos años pues la sociedad mexicana un profundo descontento frente a la indiferencia de los gobernantes hacia los gobernados pues por mucho la corrupción ha sido uno de estos cansancios, la población ya no cree en las instituciones de gobierno, la violencia que se ejerce en las calles, la desigualdad visible en todo el país, la falta de oportunidades y la impunidad que se vive día con día en México.

El sentimiento de hartazgo, así como en México existe en muchos otros países y ha llevado a la gente a manifestarse en las calles a participar en movimientos sociales y exigir un cambio en la forma en la que se manejan los asuntos públicos en el país. Estas expresiones de hartazgo han sido impulsadas por la necesidad de mayor justicia, transparencia de las instituciones, y participación ciudadana en la toma de decisiones.

Bajo el sentimiento de hartazgo en México en 2006 se creó un movimiento llamado; Movimiento de Regeneración Nacional creado desde la segunda derrota de Andrés Manuel al puesto presidencial, siendo la sociedad mexicana quien apoyo al inicio de este movimiento en defensa del voto, años después de que Obrador se saliera del Partido Revolucionario Institucional PRD, fue que el movimiento de regeneración nacional después de cumplir con cierto requisitos, se volviera un partido, con el que al final en el 2018 AMLO competiría por tercera vez por la presidencia de la república mexicana.

Capítulo II

2. Comunicación política

En este segundo se revisan los principales conceptos para el abordaje de “La comunicación política en las elecciones de 2018: efecto AMLO”, en donde se analiza su complejidad de las variables centrales de la investigación y se describen algunas de las principales características. Así, “la comunicación política” como tal el concepto no se había desarrollado hasta después de la Segunda Guerra Mundial.

Tomando en cuenta que la política tiene su instrumento más poderoso en lo que es la comunicación, esta parte que era tan evidente, pero a la cual tiene como origen de apenas del Siglo pasado, un campo híbrido el cual quería determinar cómo los mensajes de los distintos actores podían influir en la opinión pública, el voto y la toma de decisiones en las cúpulas del poder. El estadio de esta a evolucionado de manera radical y en lo que va de las últimas décadas lo ha hecho a una velocidad fulgurante.

2.1 Concepto de comunicación política

El concepto de la comunicación política como un objeto de estudio se ha estudiado a lo largo de la historia, es un concepto que esclarece la naturaleza de la comunicación y su vínculo con la política. Primeramente, definiremos comunicación:

“comunicación” proviene del latín *comunicare*, que significa “hacer común”, ante todo señala que “comunicar es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene” y, en la misma dirección, dice que “la comunicación es acción de hacer a otro entender. (Montoya, 2006, pág. 8)

La importancia de comunicar el mensaje y que llegue de una manera mejorada al receptor, el texto enfatiza que comunicar es hacer a otro entender, el objetivo es la comprensión del mensaje emitido.

En este apartado donde definimos por medio de la Real Academia Española, lo que es comunicación, podemos enfocarnos a una sola cosa que es la acción y la parte en la que te comunicas con otra persona o personas, haciendo participe de lo que se está comunicando. Otra de los conceptos señala que la comunicación:

“Pero decir comunicación es hablar de procesos cargados de sentidos profundamente antagónicos. Pues, de un lado, la comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor y las transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro, ya que, asociada al desarrollo de las tecnologías de información, la comunicación nos proporciona la posibilidad de alcanzar al fin de la definitiva modernización industrial, de la eficacia administrativa, de las innovaciones educativas y hasta del avance democrático que entrañarían las virtualidades descentralizadoras de la informática.” (Barbero, 2005, pp. 117 y 118, citado por (Montoya, 2006, pág. 8)

Se destaca la importancia de la comunicación en la era moderna y resalta como la comunicación es fundamental para la modernización, las transformaciones culturales y los avances tecnológicos. En esta cita el autor destaca como la comunicación industrial, la eficiencia administrativa, las innovaciones educativas y lo que es el progreso democrático a través del potencial descentralizador que son las tecnologías de la información.

El Diccionario de la Real Academia Española define la política como “el arte de gobernar los pueblos” y “la actividad de los que rigen o aspiran a regir los asuntos públicos” (citado por la Real Academia Española.)

Se define política por el diccionario de la Real Academia Española a la acción de gobernar a la sociedad en los asuntos públicos. Ahora bien, ante todo la política desde otra perspectiva especializada la política es un conjunto de supuestos, principios, medios y actividades a saber que se organiza y se dirige un grupo humano para la consecución de determinados objetivos; es el actuar prudencial de quien posee dotes especiales, más naturales que adquiridas, para la dirección, gobierno o pastoreo en colectividad (Canel M. J., 2006)

En otras palabras; entendemos por política a la forma en cómo se dirige y se organiza algunos medio o actividades por medio de un actor que tenga la esencia o dotes naturales para poder tener la dirección de un colectivo o sociedad en general. Además, la política esta introducida a que allá cambios recurrentes en general, a lo

nuevo o a lo improvisado y esto nos lleva a la parte de la toma de decisiones de los actores que tienen la capacidad de dirigir con acierto.

Dentro de lo que es la comunicación política es una relación continua y de igual forma es el objeto principal de la política como tal, la política se hace en la persecución del poder y el poder está relacionado con la percusión de un grupo o de diferentes grupos de interés colectivo, de que actúe según los deseos del líder, es un proceso meramente comunicativo en el que existe una voluntad que sede en torno a una voluntad del líder y donde se logran en conjunto cambios sociales. Por lo tanto, “La comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales.” (Reyes Montes, O’Quinn Parrales, Morales y Gómez, & Rodríguez Manzanares, 2011, pág. 86)

La comunicación y la política son elementos fundamentales que han ayudado al desarrollo del hombre y la sociedad en su conjunto en las mejores formas de organización en lo político, económico y social. El actor a desarrollado política junto con la comunicación para convencer e influir en los ciudadanos para la aceptación de diferentes modelos, valores y normas que sigan un sistema político.

Retomando la parte histórica, se considera que los orígenes de la comunicación política como campo diferenciado, en los años cincuenta, la comunicación política como uno de los tres procesos de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano (Elau, Eldersveld, Janowitz, 1981:12, citado por (Canel M. J., 2006)

La comunicación política es un concepto relativamente joven, el término se empezó a utilizar más o menos en la década de los cincuentas, pero sus antecedentes se manifiestan desde que el hombre empieza a vivir en grupos y empiezan a existir las posiciones de poder, desde que empieza a ver cohabitación. Esta definición es crucial para poder entender la interacción entre las instituciones gubernamentales y

los ciudadanos, sabiendo que facilita la movilización y transmisión de influencias políticas. Este enfoque resalta la importancia de la comunicación entre el gobierno y los votantes, mostrando como las estrategias de comunicación son fundamentales.

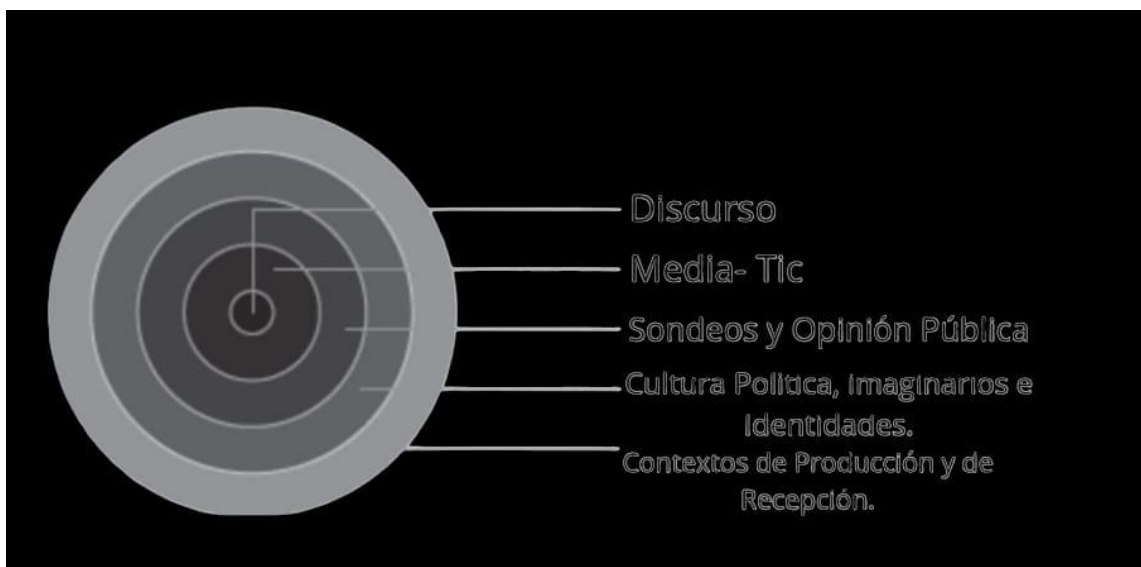
Las formas de comunicación han evolucionado y han adquirido diversas morfologías, en este sentido, "Podemos comenzar por una morfología de la comunicación política, de la cual se han conservado ciertas formas, incluso algunas muy antiguas: el discurso que tiene su lugar en el marco institucional del ágora, de la manifestación; la página empresa, en el marco del periódico de opinión, la radio, la televisión." [...] (Jean-Louis Labarriére, 2001, pág. 265). Es decir, en cada época adquiere nuevos medios para la difusión de mensajes.

Se hace referencia a la estructura de la comunicación política y a las diferentes formas que han ido tomando a lo largo del tiempo, se menciona los diferentes medios de comunicación que se han visto a lo largo de las décadas. Destaca la importancia de entender cómo ha ido evolucionando a lo largo de la historia desde lo que fueron los discurso en lugares públicos, hasta los medios de comunicación como el radio y la televisión.

Es central para esta investigación retomar el concepto de Crespo (2013) donde señala que la comunicación política es un "[...]área del conocimiento pluridisciplinario, que puede ser definida como el proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder de quienes lo ejercen, lo aspiran, lo respaldan o lo adversan. En ese proceso se incluyen las estrategias de construcción, intercambio y recepción de discursos." [...] (Ismael Crespo, 2013, pág. 117). Es decir, se encarga del manejo de la visibilidad de lo que es el ejercicio del poder por parte de quienes lo ejercen, aspiran a él, lo respaldan o lo adversan e implica estrategias para construir, intercambiar y recibir discursos en el contexto del ejercicio del poder.

En la siguiente tabla se podrá ver algunos aspectos sobre el saber pluridisciplinario:

Gráfico 3. Modelo del estudio de la comunicación política



Fuente: Comunicación política y campañas electorales en América Latina 121 (Rey, 2013)

El modelo de estudio de la comunicación política que podemos observar, es un modelo que es de menos a más, de adentro hacia afuera, tomando en cuenta que desde el centro observamos el discurso que un actor político puede llegar a dar, como se expande en los medios de comunicación, se dan sondeos y opiniones sobre lo que se menciona, empieza la parte de la cultura política en la ciudadanía y por último un mensaje que se difunde tanto, que hay un efecto de reproducción de este mismo mensaje y a diferentes receptores. Como lo menciona el autor (Ledezma, 2011) en el siguiente párrafo:

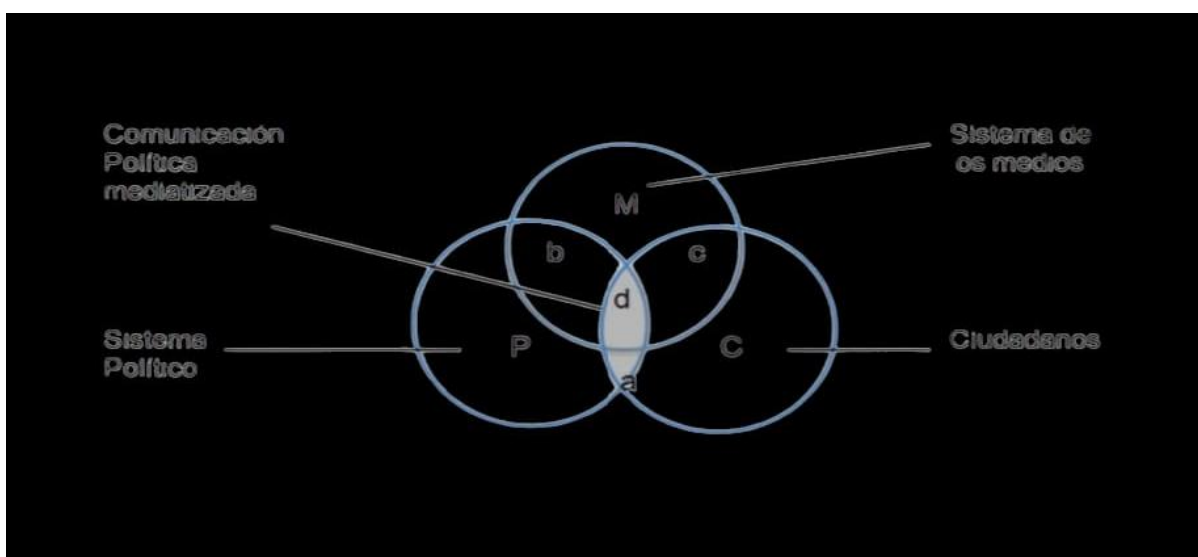
[...] " La comunicación política se ha focalizado en el estudio de los mensajes y su estilo comunicativo, especialmente en la propaganda política, se apoya decididamente en las investigaciones sobre el cambio y las actitudes políticas, particularmente en lo referido al comportamiento y la influencia de estímulos por parte los mass media en la instrumentación de los procesos electorales. Así, de esta forma, la comunicación política se orienta a estudiar los fenómenos del poder y liderazgo en el terreno de la función pública y la influencia social, en las relaciones de los que toman decisiones y aquellos que las atacan con ciertos efectos." (Ledezma, 2011, pág. 77)

La importancia de centrarse en el estudio de los mensajes y su estilo comunicativo, especialmente en la propaganda política, se resalta la relevancia de las

investigaciones sobre el cambio y las actitudes políticas, centrándose en la relación con el comportamiento y la influencia de los medios de comunicación masiva en la implementación de los procesos electorales. Y al mismo se enfoca en analizar los fenómenos del poder y liderazgo en el ámbito de la función pública y la influencia social, así como las relaciones entre quienes toman las decisiones y aquellos que las reciben con ciertos efectos. Conforme a este enfoque se resalta la interacción entre los actores políticos y la sociedad, tomando en cuenta la importancia de la comunicación en la esfera pública.

En la siguiente figura, se explicará brevemente el modelo de propagandista:

Gráfico 4. Modelo propagandístico-dialogico de la comunicación política



Fuente: (Mazzoleni, 2010)

En el modelo que se presenta en la imagen anterior se puede observar la relación entre tres actores principales, que se van relacionando y llevan a un fin. La intención entre lo que es el sistema político que podríamos decir que son los actores políticos que se llegan a desenvolver e interactúan con los ciudadanos y por ende al juntarlos se convierte en un espacio compartido. Los actores políticos crean una relación comunicativa con los sistemas de medios; y a la inversa, lo que origina un espacio comunicativo. Además los medios también conjuntan una relación con los ciudadanos y también llegan a crear un espacio de comunicación, pero en esta parte

solo es de tipo informativa. En el conjunto de los tres llamémosle actores; sistema político, sistemas de los medios y los ciudadanos, en su conjunto se forma la comunicación política mediatizada. (Mazzoleni, 2010)

La comunicación política también hace posible fortalecer la relación gobierno y sociedad, al ser actores que deben estar en constante comunicación- Por lo tanto, "Algunos estudios han pretendido ver en la comunicación política un recurso para hacer posible el diálogo entre gobernantes y gobernados[...]" (Ledesma, 2011, pág. 27). Lo que es inherente a un sistema democrático. En este contexto, la parte de que la comunicación política es una forma de obtener el dialogo entre lideres y ciudadanos. Es un puente crucial para poder obtener una mejora en la interacción y comprensión mutua entre los que llegan a gobernar y los gobernados. " La comunicación política puede entonces adaptarse, a medida que se desarrolla, a las reacciones efectivas o anticipadas del público, o de los públicos. De modo tal que no queda reducida a un adorno de la información."[...] (Jean-Louis Labarriére, 2001, pág. 267)

Desde esta perspectiva de conciencia, la comunicación política a lo largo de los años ha ido buscando su propia definición y evolucionando para ir la formando. A medida que pasa el tiempo se ido adaptando y desarrollando. La comunicación Política "como un proceso dinámico y abierto, no como una técnica; se trata de un lugar de enfrentamiento de discursos políticos opuestos apoyados o bien por los periodistas, o bien por los políticos, bien por la opinión pública en virtud de sondeos. La comunicación política asume formas diferentes según los periodos normales de crisis o de elecciones. (Ismael Crespo, 2013)

La dinámica abierta que lleva la comunicación política hablando sobre el discurso que dan los actores políticos contrincantes o hacia los periodistas dando su opinión también para la sociedad. También asume diferentes posturas dependiendo los diferentes periodos tanto normales como de crisis o de elecciones.

" En la historia de los estudios de la comunicación política se ha prestado mucha atención a las elecciones, momento en que la interacción de los distintos actores se hace más intensa y adquiere proporciones dramáticas. Las campañas electorales

son un momento simbólico intenso capaz de reforzar los valores que rigen el proceso democrático." [...] (Mazzoleni, 2010, pág. 143)

Dentro de la historia de lo que es el estudio de la comunicación política se dirige mucha atención a las elecciones teniendo como un momento crucial en el cual la interacción entre los actores involucrados se intensifica y toma un poco de lo teatral, las campañas tienen un fuerte impacto simbólico que puede llegar a reforzar los valores fundamentales que sustentan un proceso democrático. En el siguiente texto, el autor Coello (2017) expresa su perspectiva sobre su definición de comunicación política en el siguiente párrafo:

"En el caso del objeto, la comunicación se define como política cuando el sentido de su expresión hace referencia implícita o expresa el sistema político en el que interactúan los partidos políticos, los poderes de gobierno, el cuerpo de comentaristas que emiten una opinión especializada, los medios de comunicación, los movimientos sociales y, eventualmente la ciudadanía. Estas serían los principales agentes discursivos de la comunicación política. Las variables que forman parte de un sistema cuyas características y Dinámica interna impactan en los demás de manera bidireccional." (Clicerio Coello Garcés, 2017)

Se destaca como la comunicación se vuelve política cuando el contenido hace referencia directa o indirectamente a lo que es el sistema político en el que hay e interactúan diversos actores como partidos políticos, autoridades gubernamentales, comentaristas especializados, medios de comunicación, movimientos sociales y la ciudadanía. Estos actores son considerados los principales agentes discursivos de la comunicación política. También son mencionadas las variables de este sistema tienen una dinámica interna que afectan a los demás agentes de manera bidireccional.

"A menudo se hace referencia a la "comunicación política" como el proceso que usa las técnicas de marketing político en periodos de campaña electoral. Esta concepción ha sido de mucha utilidad para entender el impacto que tienen las campañas publicitarias en la definición de las contiendas electorales, sobre todo aquellas que pasan por los medios audiovisuales, en especial la televisión y más recientemente en las redes sociales en internet." [...] (Rey, 2013, pág. 115)

Esta parte de la referencia de la comunicación política ya más enfocada en las técnicas que se pueden utilizar en el marketing político como una herramienta en periodos de campañas políticas y este ha sido de utilidad para entender los diferentes impactos en las campañas publicitarias que pasan en los diferentes

medios de principalmente los audiovisuales; televisión y redes sociales en internet. Dentro de la comunicación política podemos analizar la campaña de Andrés Manuel desde varios puntos de vista, la imagen que generó durante su vida política, las campañas en las que estuvo como candidato a la presidencia que fueron tres campañas políticas, lo que generó desde el inicio con su discurso político anticorrupción y la forma en la que manejó la derrota de 2012, los spots y el manejo de las redes sociales a su favor en la campaña de 2018, entre otros.

2.1.1 Características de la comunicación política

La comunicación tiene diferentes características, comenzaremos citando lo que señala Coello (2017): [...] " La comunicación, cuando es política tiene una intervención expresa por parte del emisor. Sea ésta persuadir, convencer, interpretar, cuestionar o manipular lo cierto es que estudiar a la comunicación política nos lleva invariablemente al preguntarnos sobre la intención política de quien emite un mensaje." (Cliserio Coello Garcés, 2017, pág. 113)

Se destaca la idea de cómo la comunicación en la política implica una intervención deliberativa por parte de un emisor. El emisor busca persuadir, convencer, interpretar, cuestionar o incluso manipular a través de su mensaje. Se enfatiza que, al estudiar la comunicación política, es inevitable cuestionar la intención política detrás de quien emite el mensaje. Se resalta la importancia de analizar no solo el contenido del mensaje político, sino también las motivaciones y objetivos políticos que subyacen en la comunicación.

Cotteret (1997) plantea que "la comunicación política consiste en el pasaje voluntario de un mensaje político desde un emisor a un receptor, con la intención de arrastrar a quien lo recibe hacia una dirección determinada, de tal manera que no pueda encaminarse a otra" (Cotteret, 1977: 5, citado por (Reyes Montes, O'Quinn Parrales, Morales y Gómez, & Rodríguez Manzanares, 2011, pág. 94)

Se describe la comunicación política como el proceso de transmitir un mensaje político de manera intencional para influir en la dirección en la que se mueve el receptor. Es decir, se busca llegar al receptor hacia una dirección específica, limitando sus opciones para dirigirse hacia otra. Esto destaca la intencionalidad y el poder persuasivo que tiene la comunicación política para influir en las personas.

Dentro de las características más destacadas y modernas de la comunicación política en esta tabla podemos observar 7 diferentes características:

Tabla 5. Características de la comunicación política

	Características	
1.	Interacción Recíproca	Se refiere a la intención de 3 entes que comparten opiniones y respuestas.

2.	Persuasión y Encuadre	Entendido como la forma de presentar información y de persuadir a la audiencia.
3.	Relación con los Medios	La influencia de los medios de comunicación en la política la forma en la que pueden modificar o difundir un mensaje a la sociedad.
4.	Era Digital y Redes Sociales	La forma que ha ido evolucionando la tecnología y la forma de hacer política por diferentes medios y en plataformas de internet y la movilización de la sociedad directamente por medio de internet.
5.	Personalización del Mensaje	La posibilidad de analizar datos para que un emisor mande un mensaje directo al receptor que requiere por medio por diferentes medios pero que realmente sea alineen a los intereses y necesidades de un tipo de sociedad en particular.
6.	El Poder del Relato	Se refiere a la técnica que utiliza un actor político en más que nada adentrándose en su vida y en las emociones de la sociedad para dirigir un mensaje estructurado y entendible.
7.	Vigilancia y Autenticidad	Se entiende más por la parte en la que un actor político requiere mantener transparencia ante la sociedad y el aspecto que es fundamental los valores.

Fuente: elaboración propia (UNIR La Universidad de Internet, 2022)

Dentro del siguiente cuadro encontraremos las características de dos modelos de comunicación igual que sus características:

Tabla 6. Modelo de Comunicación y características prácticas.

Persuasión	Entendimiento
E – M – R*	E/R – M/M2 – R/E
1.Vertical	1.Horizontal
2.Tiende a descalificar al “receptor”	2.Valora “otro”
3.Tiende al manejo homogéneo de mensajes y situaciones	3.Particularizar cada relación y la integra en un plan general.
4.Se basa en relaciones de poder	4.Se basa en relaciones culturales
5.Inicia rápido	5.Inicia despacio
6.Se centra en productos	6.Construye procesos
7.Enfatiza eventos	7.Construye procesos
8.Las decisiones la toma de emisor	8.Las decisiones se toman por consenso
9.Se modifica por ensayo y error	9.Se modifica por ajustes paulatinos
10.Sin inversión inicial de tiempo y esfuerzo para escuchar al receptor	10.Con inversión inicial para un diagnóstico básico y la creación de sistemas de comunicación
11.Caro a mediano y largo plazo	11.Económico a mediano y largo plazos
(E = Emisor, M = Mensaje, M2 = Mensaje nuevo, R = Receptor)	

Fuente: Cuadro 1 Diseño Dr. José Cisneros, 2002. (Espinoza, 2003, pág. 83)

Dentro de estas características podemos observar que son características que van a la par, pero con sus distinciones hablando sobre el emisor mandando el mensaje al receptor; siguiendo un poco esta temática, el emisor y el receptor van un poco de la mano pasando de un mensaje a otro regresando al modo de receptor y emisor.

2.2 Marketing político

El marketing político es una disciplina que combina ciertas estrategias de marketing con la comunicación política para influir en la percepción de los votantes y lograra objetivos políticos específicos. Es un mundo que va avanzando, cada vez más interconectado y digital. Como tal este se ha convertido en una herramienta fundamental para los candidatos y partidos políticos en la búsqueda de apoyo y votantes. Por lo tanto, " Marketing [...] Según una conocida definición de este término consiste en el conjunto de medios que disponen las empresas para crear, mantener y desarrollar sus mercados, o, si se prefiere su clientela." (Maarek, 2005, pág. 42)

En esta primera definición encontramos que primero nos dan una perspectiva pequeña de lo que es el marketing y en esta parte consiste en utilizar diferente medio que las empresas puedan utilizar para poder desarrollarse tanto ellos como sus productos y tener un largo alcance en la sociedad, casi siempre es más conocido en el ámbito privado. En este sentido, " En marketing comienza ya desde la fase de concepción del producto y puede incluso modificar su diseño atendiendo a las necesidades de los clientes o a los deseos, que se han suscitado." [...] (Maarek, 2005, pág. 42)

La adaptación que se hace dentro de la comunicación política con el marketing se vio al parecer por primera ocasión cuando uno de los presidentes de Estados Unidos quiso adaptarlo para su campaña política. Esta adaptación no pudo ser desde el principio de las mejores pues como todo tuvo que ir evolucionando a través del tiempo para poder adaptarse completamente pues pasar del marketing comercial al político se tuvo que desarrollar de diferente manera, aunque llevara la misma base de conocimiento.

[...] " La adaptación del marketing a la comunicación política tropieza con un problema nada fácil de resolver: el de la aplicación directa de los métodos de marketing comercial al desarrollo del marketing político incide, en principio, sobre los mismos. La utilización pura y simple de los métodos relativamente seguros del marketing comercial encierra

peligrosos cuando tiene lugar sobre un objeto de aplicación que es de naturaleza muy diferente." (Maarek, 2005, pág. 42)

Como (Maarek, 2005) lo menciona se requiere emplear la comunicación política con el marketing político siendo tan distintas, pero a la vez con algo similar que las une y de ahí parte la forma en cómo se pudieron ir desarrollando juntas para poder dar una homogeneidad a la hora de crearse en conjunto.

Dentro de la comunicación política se requiere de diferentes instrumentos para poder obtener una parte de la atención específica de la sociedad, para persuadirlos de escuchar y analizar su mensaje, que lo apoyen y que votan por él. Entonces podremos decir que la comunicación política y el marketing político por ende utilizarlas, por supuesto que también entender de fondo el impacto en las campañas electorales con las diferentes herramientas de los medios de comunicación. Lo podemos ver especificado con el siguiente autor:

"A menudo se hace referencia a la "comunicación política" como el proceso que usa las técnicas de marketing político en periodos de campaña electoral. Esta concepción ha sido de mucha utilidad para entender el impacto que tienen las campañas publicitarias en la definición de las contiendas electorales, sobre todo aquellas que pasan por los medios audiovisuales, en especial la televisión y más recientemente en las redes sociales en internet." [...] (Rey, 2013, pág. 115)

Dentro de los medios de comunicación al parecer más utilizados en el marketing, la televisión que es uno de los medios de comunicación utilizados desde hace ya varias décadas, el radio que es uno de los medios de comunicación más antiguos que de por si se utilizaba para emitir solo mensajes, uno de los más modernos y recientes del momento las redes sociales en internet. Por lo tanto, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que resultan menos costosas que la televisión y que permiten la interacción entre personas usuarias.

En este contraste del marketing político moderno podemos llegar a mencionar que las tecnologías de la información están jugando un momento muy importante en la comunicación política, en donde hay tantos emisores como receptores del mensaje que quieren hacer llegar a la sociedad, pero ya de una forma más directa donde pueda haber una interacción con los autores políticos y por ende consumidores de lo que suban en el internet.

"Entre las estrategias más conocidas del marketing político se destaca la "promoción" de las bondades de un candidato o candidata, del partido político, del equipo de gobierno o de su programa, y entre las técnicas más utilizadas sobresale la publicidad, que se califica de política para emplearla como sinónimo de lo que conoce comúnmente como "propaganda". [...] " (Rey, 2013, pág. 116)

Dentro de la forma de dar a conocer la imagen de un candidato por medio del marketing político hay que empezar a verlo de cierta forma como un producto que vender a la sociedad y que quieran comprar como en este texto se menciona; se promociona al candidato dando a conocer un poco de el mismo y cosas personales para después expandir por la región su carisma. Como ejemplo usaremos al candidato (ahora presidente) Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Lo utilizaron por años en diferentes maneras mediante los medios de comunicación, su campaña fue de un tiempo realmente prolongado, pues abarcó alrededor de 18 años de publicidad y propaganda y hasta ahora, año actual podemos ver que sin importar que está por dejar el cargo presidencial, los medios de comunicación siguen haciendo informe día a día de lo que acontece con él.

En el siguiente cuadro se hará una breve comparación entre Marketing político, Marketing electoral y de gobierno:

Tabla 7. Comparación de Marketing Político

	Comparación	
1.	Marketing político	También conocido como marketing político estratégico. Engloba todas aquellas actividades de análisis continuo y sistemático de las necesidades del mercado, de la ideología de la OP, el desarrollo de la organización, los dirigentes, las actividades y los servicios que presta, con unas características tales que les diferencien de sus principales competidores y aseguren a la OP una ventaja competitiva duradera. Debe realizarse a largo plazo, de ahí que sea estratégico.

2.	Marketing electoral	Hace referencia a todas aquellas actividades necesarias para la organización de la presentación de los candidatos políticos y de sus estrategias de comunicación para informar a los electores potenciales las características distintivas de la organización y del candidato. Es aplicado durante el tiempo que dura un proceso electoral determinado. Es a medio/corto plazo y su objetivo se centra fundamentalmente en los resultados electorales.
3.	Marketing de gobierno	Hace referencia a la organización de las actividades de la OP una vez ha ganado el proceso electoral y una vez asume el gobierno de una comunidad, con la finalidad de cumplir las promesas electorales a través de una de las oficinas del Estado, relacionadas con el tema de las promesas. Es a corto plazo y su principal objetivo es ganar credibilidad entre sus electores y, fundamentalmente, sobre los que no los eligieron durante el proceso electoral.

Fuente: Elaboración propia (Rey, 2013)

En la tabla anterior podemos analizar las diferencias que hay entre:

Marketing político: Es un proceso fundamental en el ámbito público y que consiste en llevar a cabo el análisis continuo y sistemático de las necesidades del mercado.

La ideología de las organizaciones políticas, los líderes las actividades entre otros, con el fin de diferenciarse de sus competidores y asegurar a la organización política una ventaja competitiva duradera.

Marketing electoral: Se enfoca en todas las actividades necesarias para organizar la presentación de los candidatos políticos y sus estrategias de comunicación.

El fin es informar a los posibles electores sobre las características distintivas de lo que es la organización y el candidato; Marketing de gobierno, se enfoca más que nada en la organización de las actividades de las organizaciones públicas una vez ya ganada las elecciones y asume el gobierno de una entidad, el objetivo principal es cumplir con las promesas electorales a través de las oficinas del estado, especialmente aquellas promesas realizadas durante la campaña electoral.

2.3 Medios de comunicación

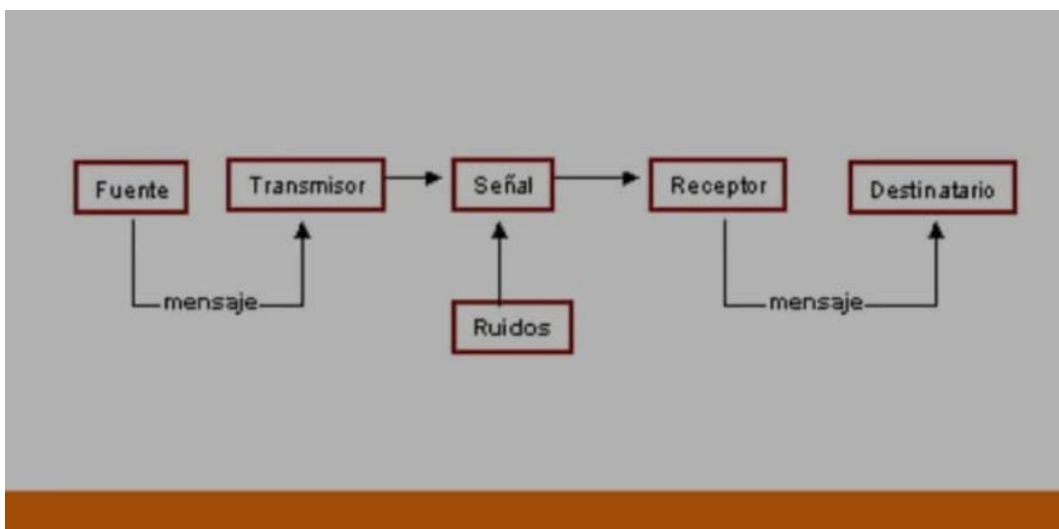
Otro elemento importante para comprender la comunicación política es el de los medios de comunicación, los cuales desempeñan un papel fundamental en la sociedad actual, sirviendo como canales virtuales para transmitir información, noticias y algo de entretenimiento para audiencias de todo el mundo. Desde la televisión y el radio hasta los periódicos, revistas e internet, la diversidad de medios disponibles ha transformado la forma en la que nos comunicamos y accedemos a la información. En este sentido, [...] “si bien la comunicación es un aspecto constitutivo, condición necesaria -aunque no suficiente- para la extensión de la democracia, los modernos medios de comunicación- que no siempre son plenamente de comunicación- no necesariamente favorece su desarrollo y eventual consolidación.” [...] (Ruiz, 2005, pág. 13)

La importancia de la comunicación en la extensión de la democracia. Señalando que la comunicación es un aspecto fundamental para la democracia, no es suficiente por si sola. Además, se menciona que los modernos medios de comunicación no siempre cumplen plenamente con su función de comunicar, no necesariamente contribuye de manera positiva y la consolidación de la democracia.

Los medios de comunicación han ido adquiriendo un papel cada vez más relevante en la esfera pública mediática en los últimos años, es el escenario principal donde se desarrolla la política contemporánea. Esta afirmación resalta la influencia y el poder de los medios de comunicación en la configuración de la opinión pública y en la discusión de temas políticos en la sociedad actual.

En el siguiente grafico se verá un poco de cómo se veía el emitir un mensaje:

Gráfico 5. Modelo de la comunicación



Fuente: (Ledesma, 2011)

Dentro de este gráfico encontraremos un modelo de comunicación un poco antiguo pues nos refiere que hay una fuente emisora que organiza un mensaje que quiere transmitir mediante la emisión de diversas señales y estímulos físicos; se envía al receptor y por medio de un mensaje que sea lo más claro posible para que pueda llegar al destinatario correcto. Esta parte característica de la comunicación política es una de las primeras características donde vemos la transmisión del mensaje a un receptor haciendo llegar a un destinatario.

Tabla 8. Características de los medios de comunicación

1.	Transmiten un mensaje o una información	Este mensaje puede ser de distinta índole, extensión y naturaleza, pero generalmente resulta de interés para el o los interlocutores
2.	Pueden tener alcance masivo	Dependiendo de su naturaleza, pueden alcanzar a una, varias o miles de personas al mismo tiempo.
3.	Emplean diferentes canales	Pueden utilizar canales de distinto tipo, como hojas de papel, ondas del espectro radioeléctrico, entre otros.

4.	Pueden o no ser interactivo	Generalmente, los medios de comunicación masiva son unidireccionales, es decir, permiten el flujo de la información en un solo sentido: del emisor a los múltiples receptores. Sin embargo, también existen otros medios que permiten al receptor emitir su propio mensaje, como ocurre con Internet.
----	------------------------------------	---

Fuente: elaboración propia (Farías, 2024)

2.3.1 Radio

La radio ha sido un medio de comunicación fundamental que ha dejado una huella indeleble en la sociedad en sí. Desde los inicios del radio ha sido un compañero constante en los hogares, transmitiendo diferentes cosas como: música, noticias, programas culturales, entre otros. Su capacidad para llegar a audiencias diversas y su adaptabilidad a lo largo del tiempo lo convierte en un pilar de la historia de los medios de comunicación.

El tema del radio es fascinante y tiene una larga historia de influencia en la sociedad, desde sus inicios el radio ha sido un medio poderoso para la transmisión de información, entretenimiento y cultura.

[...] “el rápido desarrollo de las tecnologías de comunicación, en especial radio y televisión y el empleo de métodos modernos de comunicación por parte de los políticos, como conferencias de prensa, comunicados, peticiones y mensajes a la nación, campañas electorales, ruedas de prensa, intervenciones informales y entrevistas, sondeos de opinión y encuestas, debates, spot televisivo y publicidad política, hacen que la comunicación política tenga nuevas características como lo es la desterritorialización y gran cobertura mediática.” [...] (Montes, 2007, pág. 110)

Dentro de las tecnologías de la comunicación se destaca la importancia del radio y la televisión en el ámbito público. Se resalta como diversos políticos siguen utilizando diversos modelos de comunicación para hacer llegar su mensaje a la población, como lo son conferencias de prensa, mensajes a la nación, campañas electorales entre otros. Así mismo podemos observar que la comunicación política ha evolucionado en gran manera pues con la desterritorialización y la amplia cobertura mediática que ofrecen estos medios de comunicación.

2.3.2 Televisión

La televisión es un medio de comunicación que ha transformado la manera en la que recibimos información y entretenimiento en todo el mundo. Desde sus inicios, la televisión ha sido un elemento central en los hogares brindando una ventana a eventos en tiempo real, programas educativos, series emocionantes, noticias de actualidad, mensajes políticos, entre otros. Al igual que ciertos datos históricos, “Al iniciarse la Segunda Guerra Mundial en 1939 la televisión ya se encontraba en marcha en Gran Bretaña, mientras que en Estados Unidos la programación regular empieza en este mismo año. Desde ese momento la televisión inicia una etapa de expansión primero en Estados Unidos y Europa, posteriormente en el resto del mundo.” (Montes, 2007, pág. 107)

El inicio de la televisión se destacó en los inicios de la segunda guerra mundial, con Gran Bretaña y Estados Unidos como pioneros en su desarrollo después de 1939 cuando fue que comenzó, aunque de este aparato de transmisión, así marcando el comienzo de una expansión significativa de este medio, comenzando en Estados Unidos y Europa, hasta expandirse en todo el mundo. Este avance tecnológico tuvo un impacto profundo en la forma en la forma en la que la información y el entretenimiento se transmiten a nivel global. “Este desarrollo de los medios de comunicación que colocó a la televisión en el centro de la nueva comunicación política comenzó y fue mucho más rápido en los Estados Unidos. Allí se produjeron los primeros spots de campaña para la candidatura republicana de las elecciones presidenciales estadounidenses de 1952.” [...] (Rey, 2013, pág. 89)

El papel pionero de Estados Unidos en lo que fue la integración de la televisión en la comunicación política, fue en este país donde se produjeron los primeros spots de campaña para las candidaturas republicanas en las elecciones de 1952, marcando un hito significativo en la utilización de los medios de comunicación en la política. Este cambio rápido y decisivo en la forma en la que se lleva a cabo la comunicación política tuvo un impacto duradero en la manera en la que los políticos

se conectan con los votantes. “La televisión incorpora a la información política géneros y formatos que proceden de otras áreas de la programación, como pueden ser la presencia de personajes políticos en programas de entretenimiento y reality shows, o bien, programas cómicos con contenido político, para hacer la comunicación política más atractiva al espectador.” (Reyes Montes, O’Quinn Parrales, Morales y Gómez, & Rodríguez Manzanares, 2011, pág. 111)

En esta parte se resalta como la televisión a integrado elemento de entretenimiento en la información política para hacerla más atractiva para el espectador. La presencia de diversos personajes políticos en los programas de entretenimiento, reality shows y programas cómicos con contenido político son ejemplos de cómo la televisión ha diversificado los géneros y formatos para involucrar al público en la comunicación política. Este tipo de estrategias busca captar la atención de los espectadores y hacer que la información política sea más accesible y entendida.

2.3.3 Redes sociales

Las tecnologías van avanzando demasiado rápido, y parte de esos cambios radicales de la época contemporánea, es la incorporación o surgimiento de las redes sociales, las cuales se conciben como plataformas en línea que permiten a las personas conectarse, interactuar y compartir contenido con otros usuarios. Estas plataformas facilitan la comunicación a través de mensajes, fotos, videos y otro tipo de contenido. De las redes sociales más populares en el momento incluyen, Facebook, Instagram, Twitter ahora llamado X y Snapchat. Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas se comunican, comparten información y se mantienen conectadas en todo el mundo.

Las redes sociales han tenido un impacto significativo en la política alrededor del mundo. Tanto los políticos como los partidos políticos utilizan plataformas como Facebook, X, Instagram entre otras para comunicarse con los votantes, compartir sus mensajes y promover sus campañas. Pues las redes sociales les permiten llegar a un público más amplio de manera rápida y directa. Además, las redes sociales también han sido utilizadas para influir noticias, influir en la opinión pública y movilizar a los votantes. En resumen, las redes sociales han transformado la forma en cómo se lleva a cabo la comunicación política, brindando nuevas oportunidades y desafíos para los actores políticos, pues deben estar en constante actualización de las tecnologías pues van cambiando rápidamente con el paso del tiempo y ya no es tan fácil captar y mantener la atención de las nuevas generaciones.

“Las redes sociales amplían el número y tipo de actores que interactúan y negocian en el campo de la comunicación política. De un escenario marcado, casi exclusivamente, por las relaciones entre periodistas y políticos estamos pasando a un panorama más abierto y descentralizado en el que un mayor número de actores participan de los intercambios que contribuyen a definir la esfera pública gracias a las plataformas digitales. Esto afecta decisivamente a la producción de información política.” (Casero, 2008: 967 citado por (González Valles, Serrano Oceja, & Viñas Abad, 2019, pág. 174)

Dentro del desarrollo de redes sociales se tiene un número amplio de actores políticos que participan e interactúan con un gran número de la sociedad. El cual ya no es necesariamente un escenario exclusivo pues este ya es un escenario amplio

y que va creciendo cada vez más, cada vez se va elevando más el número de actores que participan en los intercambios que ayudan a definir la esfera pública por medio de las plataformas digitales.

Las redes sociales juegan en gran parte un papel importante dentro de las campañas electorales, puesto que todos los días tenemos personas visitando diversas páginas y obteniendo información sobre las estadísticas de avance que llevan sus candidatos o que es lo que ofrecen para ocupar un puesto, es mucha la información que podemos encontrar en ellas. Esto ayuda a la producción de la información de la política y también hace que se expanda con rapidez.

Los medios tradicionales (radio y televisión) coexistieron con la creciente influencia de las redes sociales. Este escenario multipolar transformo la manera en la que los candidatos se comunicaron la ciudadanía, polarizo el debate y en muchas cosas, configuro la perspectiva publica sobre la política.

La radio y la televisión mantuvieron su rol como medios masivos de alcance nacional, regulados por el Instituto Nacional Electoral (INE). A través de los spots y la cobertura noticiosa, estos medios siguieron siendo la principal fuente de información para una gran parte de la población, especialmente para los segmentos de mayor edad. Su influencia se manifestó en la capacidad de establecer la agenda mediática y de difundir los mensajes oficiales de las campañas. Sin embargo, su credibilidad se vio cuestionada por una parte de la ciudadanía, que los percibía como controlados o parciales.

Por otro lado, las redes sociales emergieron como un actor disruptivo y fundamental. Su impacto fue significativo por varias razones:

Acceso directo a los candidatos: Permitieron a los candidatos pasar a los medios tradicionales y conectar directamente con los votantes, generando un sentido de cercanía e inmediatez.

Segmentación del mensaje: A través de plataformas como Facebook y Twitter, los equipos de campaña pudieron dirigir mensajes específicos a nichos de votantes, adaptando su discurso según los intereses y preocupaciones de cada grupo.

Empoderamiento ciudadano: Las redes sociales se convirtieron en un espacio de participación activa, donde los ciudadanos no solo recibían información, sino que la producían, compartían y debatían. Este fenómeno contribuyó a la movilización de bases y a la formación de comunidades de apoyo.

Desafíos y polarización: A pesar de sus beneficios, las redes sociales también amplificaron la desinformación y las noticias falsas (fake news), así como la polarización del debate público. La viralidad de ciertos contenidos, tanto positivos como negativos, influyó en la percepción de los candidatos y en la confrontación entre sus seguidores.

Capítulo III

3. Elecciones en México 2018

En un periodo de aproximadamente 18 años, el candidato a la presidencia de México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), se ha encontrado con un sin fin de problemas para poder llegar a consolidarse como el Presidente de la República, pues es su génesis podemos ver el desarrollo de su carrera política de varios años aprendió a utilizar su influencia y poder en la sociedad, pasando desde el Partido Revolucionario Institucional (PRI) al Partido de la Revolución Democrático (PRD) siendo uno de los partidarios que subió de puestos rápidamente dentro del partido.

Inicialmente AMLO, anuncio fraude por algunos de los municipios de Tabasco, en 1991 por primera vez, comenzó a movilizar a la sociedad en una marcha pacífica que duro mes y medio, movilizándose hacia la capital mexicana, desde este principio se puede basar su característica más destacada de él, su carisma, la forma en como hace la labor de convencimiento para que lo sigan y la oratoria que maneja es una forma de manipulación mediática.

[...] "El día de las elecciones AMLO denunció fraude. A partir de entonces inició un largo conflicto con altas y bajas, que culminó en la plancha del zócalo del DF, luego de un segundo éxodo. Ahí AMLO dio a conocer documentos que demostraban que los gastos de campaña a nivel local e incluso federal había sido excedidos." (Canto, pág. 372)

Después del segundo éxodo que ocurrió en 1994, donde, aunque tuvo evidencia del fraude que sufrió no se pudo hacer nada y volvió a recurrir a una marcha pacífica exigiendo justicia y proclamando fraude en su Estado natal, Tabasco, al perder contra su contrincante, siendo perdedor por un porcentaje poco considerable.

Finalmente, su segunda movilización no obtuvo los frutos que él hubiera querido y tuvo que desistir de aquello que proclamaba como fraude. En su vida en la política, además de ser representante del PRD, en el año 2000 fue jefe de gobierno de la capital, tuvo una tercera movilización con el desafuero, desde este entonces ya se

podía notar el tipo de influencia que reflejaba sobre ciertos sectores de la población mexicana.

Al terminar su tiempo en la jefatura de gobierno en 2005, AMLO empieza a preparar su campaña para lanzarse como candidato a la Presidencia de la República mexicana, aquí fue donde comenzó a gestarse la posibilidad de conquistar el poder y consolidar un fuerte movimiento ciudadano que aglutinaría múltiples causas.

Así mismo, a partir del supuesto fraude electoral de la contienda presidencial de 2006 donde en el aquel entonces los candidatos Felipe Calderón Hinojosa del Partido Acción Nacional (PAN) con un porcentaje del 35.59% de los votos y Andrés Manuel López Obrador de la Coalición por el Bien de Todos quedando en segundo lugar con 35.31%, en el principio de la campaña se notaron ciertas irregularidades dentro de la contienda electoral así fue mencionado por el tribunal electoral, pues el gasto de campaña del PAN fue mucho mayor al de los demás partidos, el gasto del dinero público para ciertos mítines políticos y la intervención del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) a favor de Calderón.

"El triunfo de Calderón fue muy apretado: obtuvo solamente 233,831 votos más que López Obrador, es decir, ganó por una diferencia de 0.56%. En la elección participó casi 60% de la población registrada en el padrón electoral (58.22%) (IFE, 2010). Aunque es el nivel de participación más bajo de las últimas dos décadas para unas elecciones presidenciales, es bastante aceptable si se considera que las elecciones legislativas intermedias usualmente logran 40%. Esta alta participación parece contradecir la idea generalizada de que las campañas altamente negativas desalientan el voto, pues sin lugar a dudas éstas fueron las campañas presidenciales más negativas de la historia." (Espino-Sánchez, 2010, págs. 72 - 73)

Después de que se anunciara a Felipe Calderón como el ganador por ende nuevo presidente de la república, el contendiente López Obrador y sus seguidores quedaron en desacuerdo con el conteo de votos, así que pidieron un recuento de votos y establecieron una marcha pacífica para que esto llegara a suceder, solo después de todas las controversias el tribunal electoral no pudo dar total certeza del resultado de la votación y se dio el tema por cerrado con el candidato del PAN como ganador. En el 2006 donde Felipe Calderón ganó por 1% de diferencia antes López

Obrador, se denunció fraude electoral y se proclamó presidente legítimo. Durante esa campaña, así como en la actual, sus oponentes intentaron vincularlo a regímenes “dictatoriales” como los de Venezuela mandando mensajes de campaña sucia y el electorado llegó a creer la información difundida; sin embargo, en las elecciones de 2018, este tipo de estrategia no solo fracasó, sino que resultó ser contraproducente. (Padilla, 2018, pág. 32)

Debido a este evento empezó el génesis de un movimiento llamado en ese entonces la Convención Nacional Democrática en el cual se aglutinaba con todas aquellas personas y movimientos que estuvieran en desacuerdo con el fraude electoral que vivieron en 2006, de aquí se crearon las bases que a la par sería el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) el cual pasó de ser un movimiento a una asociación civil en 2011.

El parteaguas de las elecciones del 2018 en México empezó desde que el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) comenzó como un movimiento de apelación a la causa de Andrés Manuel en su segundo intento por llegar a la presidencia de México. Por lo tanto, Tagle señala que:

“una descripción de la organización de MORENA identificando en qué estado se encuentra la ideología que posee (sí es que la tiene), los incentivos que reparte, y las estrategias que: sigue, no obstante, faltaría por explicar quiénes son los que encaman esa situación de movimiento colectivo de grupo de interés.” [...] (Tagle, 2016, pág. 393)

Para poder hacer un análisis de la organización política MORENA. Es fundamental describir, por un lado, el estado actual de la ideología MORENA, y, por el otro lado, los incentivos que ofrece a sus miembros, así como la estrategia que sigue como partido. En el 2011 el Movimiento de Regeneración Nacional como una asociación civil le sirvió a López Obrador para poder aglomerar a sus seguidores sin la mediación del PRD. (Fernando Luna, 2019)

Después de este año, el movimiento pasando a una asociación, se convirtió en un partido que apoyaba desde un inicio de AMLO y este a su vez lo llevaría a la victoria de su tercer intento para ser presidente de la república mexicana.

[...] "(L)a institución, En efecto surge del movimiento para realizar su promesa en aquel espacio y en aquel tiempo histórico por eso integrando a la institución se encuentra el mensaje laborado en el movimiento."[...] (Tagle, 2016, pág. 386)

Es decir, esta parte de formarse como institución era algo que requería suceder de una forma u otra, que la institución se forma para cumplir con una promesa en un contexto histórico. Dentro de la institución se encuentra el mensaje elaborado por el movimiento.

Así mismo para el 2014 MORENA ya era un partido institucionalizado pues hubo un esfuerzo por formarlo como partido, reunir el porcentaje que le pedían para poder ser considerado como partido y poner al mando de este a Andrés Manuel, desde aquí se terminó de gestar lo que en los años subsecuentes sería un triunfo inigualable a nivel nacional. En este sentido, en el 2018 después de dos intentos fallidos de llegar a la presidencia de la república, en este año llegó por fin al cometido ¡ganar!, y ser el presidente de México. El primer presidente de izquierda en la vida contemporánea de México.

3.1 Descripción del uso de la comunicación política en las elecciones del 2018

Al analizar la comunicación política, se puede observar que no siempre se le ha llamado de esta forma, no fue reconocida como tal hasta después de la Segunda Guerra Mundial. Este tipo de comunicación es por naturaleza, subjetiva, ya que depende tanto de la perspectiva del político que emite el mensaje como del receptor que lo escucha. Al ser un intercambio en el que se busca influir en las emociones y percepciones del público, la comunicación política adquiere inevitablemente un carácter parcial, moldeado por los intereses y objetivos de quienes la utilizan.

[...] "la comunicación política se constituyó a inicios de los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, específicamente con el término de la segunda guerra mundial." (Reyes Montes, 2007) citado por (Olmedo-Neri, 2021, pág. 111 y 112)

En efecto, la comunicación política empezó a desarrollarse y ser nombrada formalmente en los años cincuenta. Desde entonces, se a convertido en un campo de estudio constante que sigue evolucionando y adaptándose a través de diversas estrategias en cada elección.

[...] "Al estudiar la comunicación se analiza el comportamiento de los grupos sociales, porque el mensaje está contenido de valores, personajes, acciones y objetos de referencia (Andrade, 2007); esto se advierte a través de las palabras, los símbolos, las argumentaciones, y las particularidades en que se expresan esos contenidos en los distintos lenguajes de los medios." (Andrade del Cid, 2020, pág. 21)

Es decir, el estudio de la comunicación incluye analizar como los grupos sociales interpretan y reaccionan ante los mensajes, ya que estos mensajes están llenos de valores, personajes, acciones y referencias que reflejan aspectos culturales y sociales. Estos mensajes no solo se transmiten a través de palabras, sino que, a través de símbolos y argumentaciones, cada uno de ellos adoptado al lenguaje particular de cada medio.

Después de todo la comunicación política en todo tiempo requiere de su desarrollo, por ello se tiene en constante cambio pues las estrategias que manejan los políticos para poder obtener el cambio del voto de la sociedad a su favor.

[...] "la importancia de la comunicación mediática en las campañas, al incremento de un electorado crecientemente desregulado se debe sumar al menos otra variable explicativa: el aumento de la video política en sociedades que se inclinan por la preferencia de las imágenes en desmedro de lo argumentativo y argumental." [...] (Virginia Garcia Beaudoux, 2005, pág. 25)

En efecto la comunicación a través de los medios masivos es crucial en las campañas, especialmente debido al aumento de un electorado o más bien grupo de votantes alineados a un partido o ideología específica. Este tipo de lectorado es aún más difícil de predecir, por lo tanto, los mensajes mediáticos juegan un papel esencial para captar su atención.

Ante todo, en la actualidad, la comunicación política está cada vez más enfocada en el aspecto visual, lo que se conoce como "video política" las sociedades modernas tienden a preferir la comunicación a través de imágenes y videos por encima de los argumentos o la discusión argumental. Esto hace que los mensajes de campaña sean más visuales y emocionales, dejan en segundo plano el contenido argumentativo.

Según la presente investigación, se encontró que en la campaña de 2018 se utilizaron diferentes tipos de formas de comunicación política entre las más importantes: el radio, la televisión y de las nuevas formas de comunicación, principalmente, las redes sociales. En México fue de las primeras elecciones federales en las que las redes sociales cobraron un auge significativo, permitiendo que el mensaje llegara a un público mucho más amplio. Este enfoque estuvo especialmente dirigido a la juventud del país, un sector que utiliza con mayor aprovechamiento estas plataformas y que representan una audiencia clave para los comunicadores políticos.

Desde antes del contexto histórico que se vivió en las elecciones presidenciales del 2018 podemos observar:

[...] "Las principales estrategias utilizadas fueron marchas y mítines. La dimensión que primero fue la de sacrificio. Las estructuras de significación que se movilizaron fueron la esperanza de un futuro mejor, la necesidad de inclusión y de restitución, y el cambio que se esperaba iba a ocurrir por

cumplirse un nuevo siglo luego de las grandes luchas por la liberación del país." [...] (Canto, pág. 378)

En el apartado anterior, entendemos que las primeras estrategias que se utilizaron fueron ciertas formas de desacuerdo que nos lleva a las grandes luchas que se han estado haciendo desde años atrás, antes de que las elecciones del 2018 se realizarán. En el contexto histórico de una lucha constante de una parte de la sociedad dirigida por el candidato a la Presidencia de la Republica durante 18 años Andrés Manuel López Obrador, apelando con cada discurso a los ideales, valores y emociones de la sociedad en un esfuerzo por llegar al poder ejecutivo, impulsados por el entonces candidato teniendo un nivel alto de compromiso hacia su causa.

[...] "La presencia de una estrategia electoral supone la existencia de un plan calculado de acción y el uso de técnicas de comunicación acordes con él. Los dirigentes desarrollan acciones para captar votos porque dan por seguro que los electores cambian sus preferencias. Si se comportaran de manera estable, no cambiarían de opinión y no tendría sentido desarrollar estrategias (Freidenberg, 2003: 52-53) citado por (Virginia Garcia Beaudoux, 2005, pág. 26)

Al igual que los diversos personajes políticos en la actualidad buscan variar en las estrategias políticas para poder captar la atención del electorado, las diferentes técnicas de comunicación que llegan a implementar los ayudan a captar los votos, pues los votos de la sociedad pueden variar y no están sujetos por completo a un solo partido.

[...] "los medios de comunicación cultivan, promueven y construyen una percepción acerca de los hechos, fenómenos o problemáticas sociales presentadas en televisión, radio y otro medio. Así, la exposición mediática de spots en las campañas políticas tiene un efecto en el comportamiento de los votantes." [...] (Jose Luis Estrada Rodriguez, 2019, pág. 44)

De igual forma los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de percepciones sobre los hechos y problemas sociales al presentarlos en plataformas como la televisión tanto el radio como en otros medios como las redes sociales. Podemos observar que en los medios de comunicación se pueden moldear los mensajes que son presentados a la sociedad mexicana, en las elecciones de 2018 fue el auge de los medios de comunicación pues había una saturación de mensajes adaptados para todo público e incluso en las redes sociales.

[...] "Con el concepto de mediatización de la política se alude al proceso por el cual los medios masivos, de preferencia los audiovisuales, imponen de modo creciente su lógica en la construcción de la realidad política. Implica que, frente a la pérdida de influencia de las organizaciones partidarias mediante mecanismos tradicionales, <los medios masivos se transforman en la usina de información política más consultada por los ciudadanos al momento de tomar decisiones electorales>" (Martínez Pandiani, 2004: 48) citado por (Virginia Garcia Beaudoux, 2005, pág. 25)

Este fenómeno implica que los medios no solo transmiten información sobre la política, sino que también influyen los temas de debate público y en la percepción que la ciudadanía tiene de la realidad política. La adaptación de los políticos y partidos políticos en la forma de generar, presentar un mensaje a la sociedad, las estrategias que forman mensajes rápidos sobre todo las visuales que sean compatibles en la televisión y en el ahora en las redes sociales.

[...] "comunicación política es el resultado histórico de la interconexión entre la esfera política y la mediática, donde ambas partes han interactuado en una relación simbiótica. Este proceso se consolidó cuando los medios de comunicación masiva se posicionaron como un elemento más para evaluar el nivel de democracia en un Estado-Nación." (Olmedo-Neri, 2021, pág. 112)

Es decir, la interconexión histórica que existe entre la esfera política y la mediática, ambas se relacionan de forma simbiótica, se benefician y dependen mutuamente. Esta relación se consolida cuando los medios de comunicación masiva se convirtieron en un criterio importante para evaluar el nivel de democracia de un Estado-Nación. El papel de los medios no solo es informar, sino también contribuir al proceso democráticos al actuar como vigilantes y como intermediarios entre la política con el público.

Los actores políticos de las elecciones del 2018 tuvieron que adaptarse a la nueva forma de comunicar pues era un año en el que no solo estaba la televisión, sino que el auge de las redes sociales fue una forma diferente de comunicar su mensaje y generar por completo estrategias que los llevaran a motivar al electorado para votar por ellos. También se trata de la transparencia que emiten los políticos hacia la sociedad, pues como todo se requiere que el electorado este informado así se complementa una democracia directa y abierta.

Identifica dos cambios clave de la llegada de las redes sociales digitales en la transformación del panorama de la comunicación política Olmedo-Neri (2021) citando a Mathias y Dahlgren (2012):

1. La descentralización de los medios tradicionales: las redes sociales redujeron el control exclusivo de los medios de comunicación tradicionales en la creación de la opinión pública. Esto permite la distribución de la participación ciudadana en un espacio virtual, donde ahora los ciudadanos tienen un papel más activo para poder difundir y crear opiniones.
2. Participación ciudadana continua: las redes sociales permiten estrategias políticas que no dependen de los ciclos electorales ni de los procesos administrativos formales del sistema democrático. esta parte amplia y hace permanente la participación ciudadana, con internet y las plataformas digitales fomentando un poder cívico subjetivo y por ende promoviendo un sentido de participación basada en la comunicación horizontal, es decir, de igual a igual.

La televisión y el radio son formas de comunicación que han existido desde ya hacía mucho tiempo fueron unas de las primeras audio y después audio-visuales que concretaban la emisión del mensaje y la recepción, pero no por completo el de la opinión hacia lo que se veía o hacía.

[...] "En términos generales se considera que en campañas federales como la presidencial, la campaña de medios es la decisiva; el facto, la Encuesta Nacional de Cultura Política señala que la población se informa principalmente por la televisión (62%) (secretaría de Gobernación, 2005). Citado por (Espino-Sánchez, 2010, pág. 61)

Dentro de las elecciones de 2018 hubo mucho por parte de las redes de la comunicación política pues se mostraban muchos tipos de spots televisivos en contra de Andrés Manuel, aunque parecía que no eran directamente sobre él, lo manejaron de una forma para desacreditarlo y alzar la campaña de los demás contendientes.

Dentro del cuadro siguiente encontraremos algunas de las características principales que se tomaron en cuenta:

Tabla 9. Uso de las redes sociales por MORENA

<p>1.Plataforma Multilateral de Comunicación</p>	<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difundir el proyecto de AMLO de manera clara y accesible. • Alcanzar especialmente al electorado joven. 	<p>Estrategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa “abre más los ojos” para enfrentar la guerra sucia y desmentir información sucia.
<p>2.Campañas de Descrédito y Efecto Búmeran</p>	<p>Guerra sucia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En elecciones pasadas, los ataques (como "AMLO es un peligro para México") dañaron su imagen. • En 2018, estos ataques se contrarrestaron en redes sociales. 	<p>Resultado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La respuesta en redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube) ofreció información alternativa que desacreditó los mensajes de los oponentes.
<p>3.Transformación de Ataques en Oportunidades</p>	<p>Enfoque comunicativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convertir las amenazas en oportunidades comunicativas. • Respuestas adaptadas a cada tipo de ataque (explicaciones, bromas). 	<p>Resultado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de una imagen triunfal y despreocupada, generando un escenario positivo.
<p>4.Apoyo de Millennials</p>	<p>Apoyo inesperado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A pesar de su edad, AMLO obtuvo el apoyo de los jóvenes. 	<p>Motivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su discurso de esperanza y cambio resonó con una generación afectada por crisis y conflictos.
<p>5.Mantenimiento de Popularidad</p>	<p>Aceptación:</p>	<p>Resultado:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Morena y AMLO lograron un gran apoyo en redes, manteniéndose en la delantera en número de seguidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • AMLO lideró en redes sociales con alta interacción en Facebook y Twitter, reforzando su visibilidad durante la campaña.
--	---	---

Fuente: Elaboración propia de las principales características (Madrid, 2019)

En la tabla anterior podemos observar puntos clave de las características principales que distinguieron el uso electoral del 2018 mediante las diferentes plataformas que se tienen hasta el día de hoy, las redes sociales que fueron utilizadas para llegar a poder emitir un mensaje de esperanza a la sociedad más joven del electorado.

3.2 Campaña política electoral 2018: AMLO

La campaña electoral de 2018 en México ha sido un evento histórico sin precedentes, marcado por una serie de cambios políticos, sociales y económicos que transformaron el panorama electoral del país. En un contexto de creciente descontento ciudadano ante la corrupción, la violencia y la impunidad, la sociedad buscaba alternativas a los partidos tradicionales que habían dominado a la política mexicana durante décadas.

[...] "el número de mexicanos registrados en la lista nominal de electores en 1991 fue de 36.7 millones y en 2006 sumaba ya 71.4 millones, No obstante, durante los últimos años la participación electoral se redujo en cada elección presidencial. En los comicios presidenciales de 1994 votó 77% de los electores, mientras que el año 2000 la participación electoral disminuyó a 64% y en 2006 a 59%. La reducción neta en la asistencia a las urnas entre 1994 y 2006 fue de 23%. En un país en donde los niveles de escolaridad son cada vez mayores, en donde las barreras raciales a la participación se han eliminado y en donde los procedimientos de registro de votantes se han simplificado, el porcentaje de votantes, sin embargo, había disminuido (Moreno, 2009: 292)" Citado por (HERNANDEZ ALCANTARA, 2018, pág. 339)

Dentro de las características de las campañas electorales pasadas del 1991 a 2006 y consecuentes a esas hubo un aumento de participación electoral en México. El aumento del registro de los votantes en la lista nominal de electores se vio en un crecimiento significativo, este crecimiento podría verse como un signo positivo de mayor inclusión y acceso a los procesos electorales siguientes.

Existe una paradoja en el que a pesar de que los niveles de escolaridad aumentaron, las barreras raciales disminuyeron y los procedimientos para registrarse como votantes se han implicado, la participación electoral ha disminuido. Esto sugiere que hay otros factores en juego que están afectando la decisión de los ciudadanos a votar. La disminución de la participación electoral puede reflejar desconfianza hacia el sistema político, desinterés en los candidatos en las propuestas, a la percepción de que el voto no tiene el impacto significativo en la realidad política del país. Estos factores pueden ser cruciales para entender la dinámica política en México durante este periodo.

La evolución de la comunicación política, en el contexto de lo que son las campañas políticas electorales en México y su relación con los medios de comunicación. La comunicación política ha cambiado a lo largo del tiempo de alguna forma se destacó el uso de las redes sociales en la campaña electoral específicamente en la elección presidencial de 2018 en México.

[...] "el modelo de comunicación política usado en el desarrollo de las campañas políticas previas a las elecciones de junio de 2018 fue regulado por el Instituto Nacional Electoral (INE) y su Consejo General aprobó la distribución del acceso a los medios de comunicación durante la precampaña de 60 días, intercampana de 46 días y 90 días de campaña de la siguiente manera: 3 111 emisoras: 1 877 de radio y 1 234 de televisión; y 59 731 200 spots pautados para el proceso electoral federal y locales (INE, 2018: 26-27)" Citado por (HERNANDEZ ALCANTARA, 2018, pág. 339)

Ante todo, el modelo de la comunicación política ha pasado de ser un enfoque centrado en la difusión de la información a través de medios masivos a un uso más dinámico y polarizado en entornos virtuales, esto implica de alguna forma que las campañas ya no solo informan, sino que generan debate y contrastan posturas políticas dentro del electorado.

Antes de tener un inicio con las campañas electorales se hacían varias encuestas de diferentes periódicos, televisoras entre otras, se obtuvo una tabla que nos da un margen de opinión de precandidatura.

Gráfico 6. Opiniones de las precandidaturas

Imagen de precandidato			
cuál es su opinión acerca de...?			
Muy buena/Buena	Regular	Mala/Muy mala	No lo conoce
Andrés Manuel López Obrador			
43%	23%	26%	8%
Ricardo Anaya			
32%	23%	27%	18%
José Antonio Meade			
19%	16%	38%	27%
Margarita Zavala			
19%	21%	26%	34%

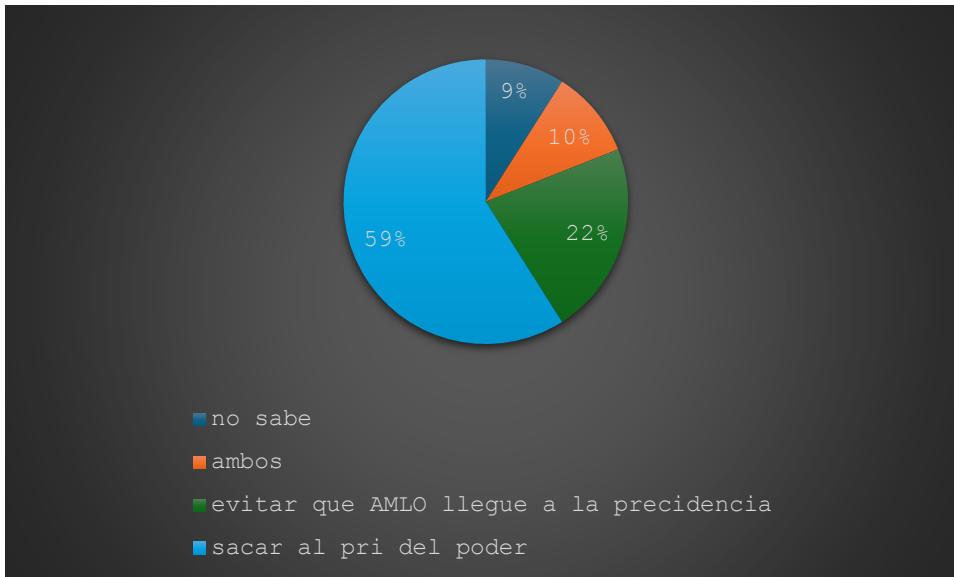


Fuente: Encuesta reforma 2018 sacada de (Padilla, 2018)

En este margen de precandidaturas podemos observar que el electorado desde un principio tenía un poco más de simpatía con el entonces precandidato AMLO y su partido MORENA, desde antes de que se convirtiera en candidato a la presidencia de la república en 2018.

Dentro de las gráficas que encontramos nos dan una visualización anterior a las elecciones de 2018, de lo que el electorado quiere antes de que comiencen las campañas electorales.

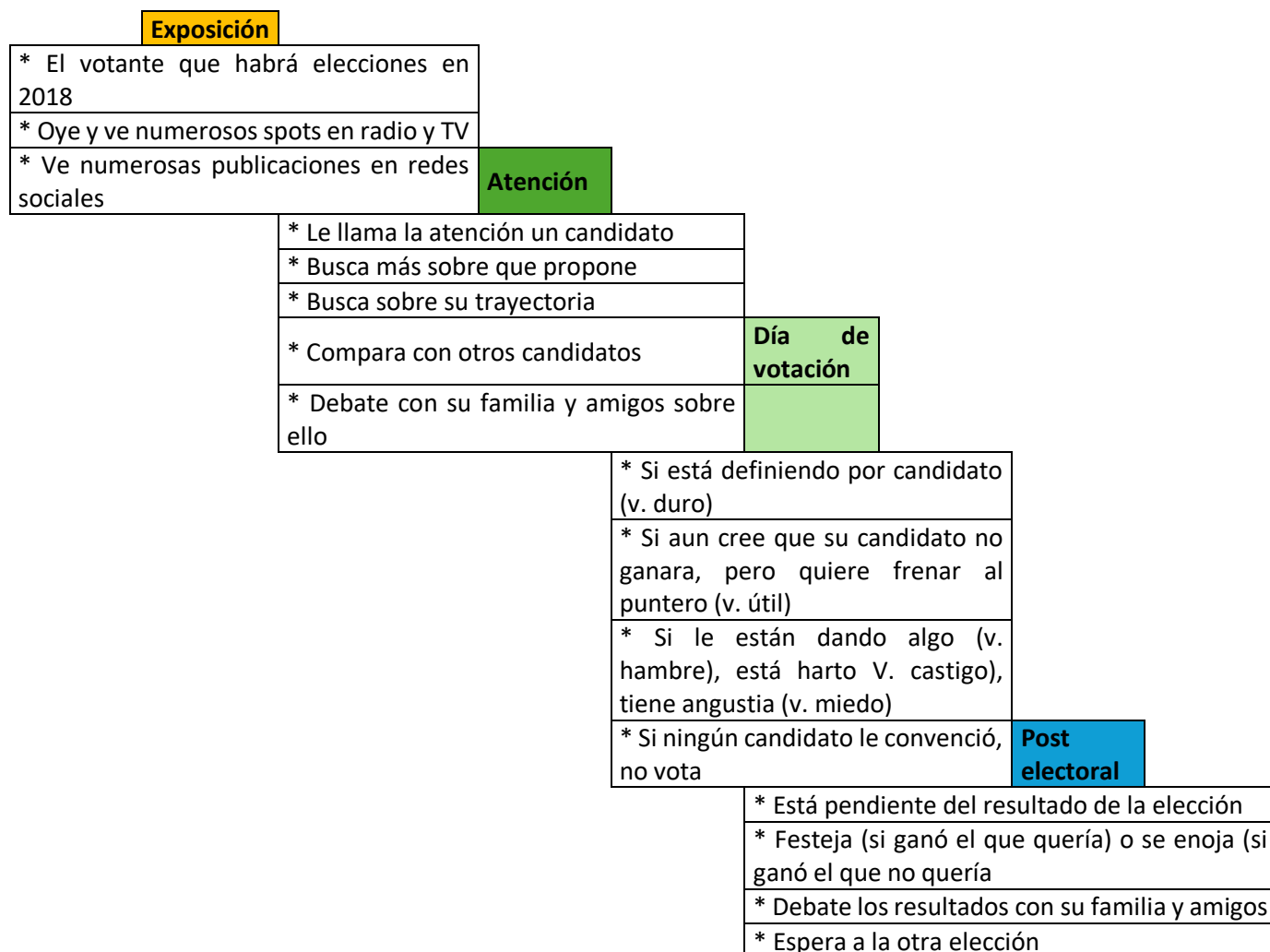
Grafico 7. ¿Qué es lo mas importante en las elecciones?



Fuente: Elaboración propia información tomada de: encuesta Reforma de abril 2018 (Padilla, 2018)

Así como en la tabla anterior se hizo una encuesta a la población en la que se puede observar el 59% de la población a la que se le hizo la encuesta responde que prefiere sacar al PRI del poder. Podemos analizar que la sociedad no está en descontento con el gobierno que ha llevado durante años aquel partido.

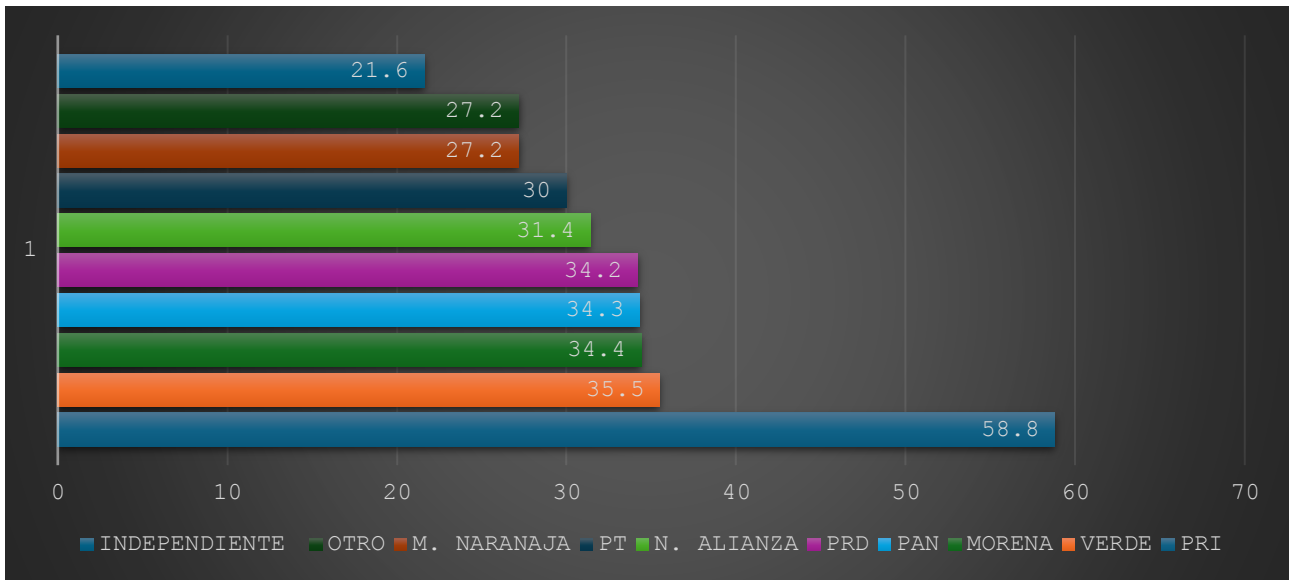
Gráfico 8. Elector Journey Map del ciudadano



Fuente: imagen sacada de (Padilla, 2018)

Dentro del mapa anterior encontramos como en la exposición; el votante se entera de que habrá elecciones por diferentes medios de comunicación, la atención; se interesa por algún candidato y puede que investigue más sobre él, día de las votaciones; decidir por quién votar al asistir a las casillas, post electoral; estar atento a los resultados de las urnas electorales dependiendo del resultado que querían tendrán un sentimiento acorde a ello, debatir el resultado con conocidos.

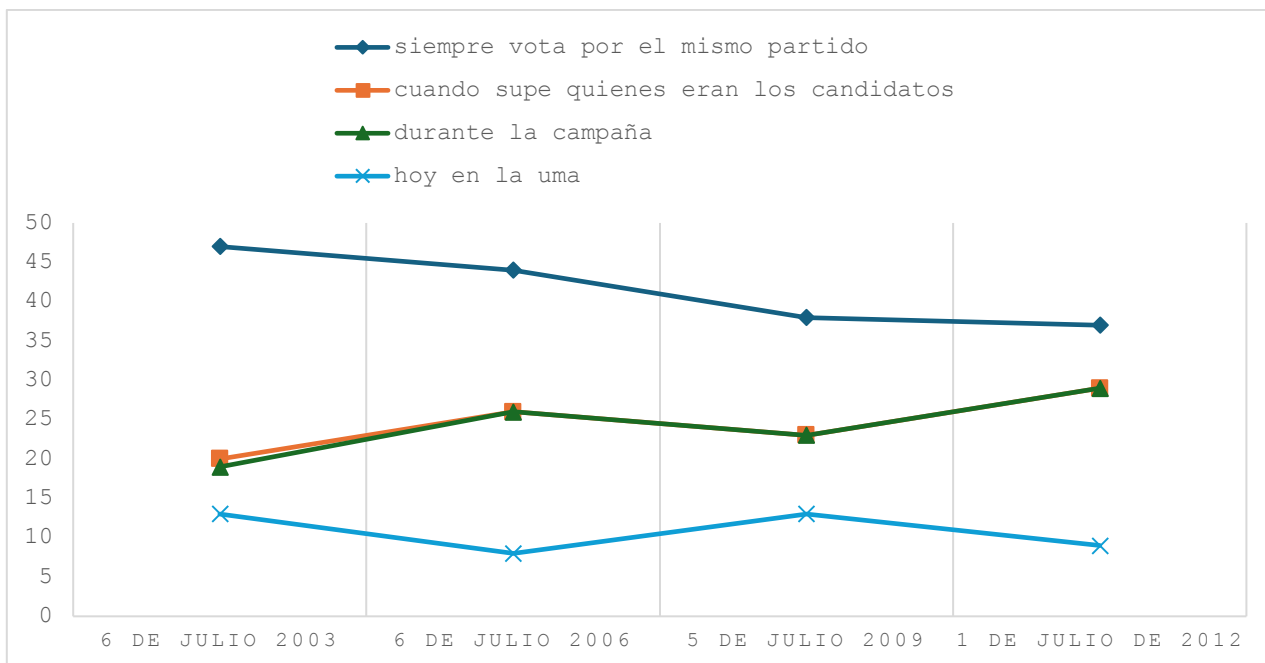
Gráfico 9. Rechazo a partidos políticos



Fuente: Elaboración propia, información sacada de: Encuesta Mitosfky, enero 2018 (Padilla, 2018)

Encontramos un rechazo eminente al (PRI) obteniendo en la encuesta un poco más de 58% dentro de este gráfico, y comparados con otras graficas anteriores que muestran resultados similares se entiende el hartazgo colectivo que se venía generando desde años atrás con el partido en el poder, queriéndolo mantener a toda costa.

Gráfico 10. ¿Cuándo decidió usted por cual partido o candidato votar?



Fuente: Elaboración propia, información sacada de: (Padilla, 2018)

La decisión del voto en las últimas elecciones mexicanas, en esta grafica entendemos que los electores mediante una encuesta al analizar la pregunta ¿Cuándo decidió usted por cual candidato vota? La mayoría dio su opinión de votar por el mismo partido, seguido por que sabrían por quién votar hasta que conocen quienes son los candidatos o durante la campaña.

En las elecciones en México 2018 fue un proceso relevante ya que se compitió por más de 8,000 cargos a nivel nacional; presidencias municipales, gobernaturas, diputados, senadores y la presidencial de la república mexicana.

[...] "procesos electorales recientes como el de 2018, que tuvo diversas particularidades: se eligieron 8 mil 992 cargos federales y locales, generando una concurrencia importante de candidaturas y saturación informativa; para la presidencia de la Republica participaron dos candidatos independientes INE, 2018); se presentó un ambiente social y político enrarecido por los casos de violencia y corrupción; y participó por tercera ocasión el candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador, quien había descalificado airadamente las dos elecciones presidenciales previas. "[...] (Martín Echeverría, 2019, pág. 158)

En efecto en las elecciones de 2018, los procesos electorales presentaron características únicas, ya que se eligieron muchos cargos tanto federales como


locales, lo que resulto en una gran cantidad de candidatos independientes. El contexto social y político estaba marcado por problemas de violencia y corrupción. Además, Andrés Manuel López Obrador se postularía por tercera vez consecutiva para el mismo cargo.

La presencia de candidatos independientes es un factor notable, ya que refleja un cambio en la dinámica política, permitiendo que personas fuera de los partidos tradicionales puedan competir, gracias a la reforma del 2014. Esto puede ser visto como un intento de democratizar el proceso electoral y ofrecer más alternativas a los votantes.

Tabla 10. Candidatos Presidenciales 2018

FOTO	NOMBRE DEL CANDIDATO	HISTORIA POLITICA	PROPUESTAS DESTACADAS
	<p>AMLO Andrés Manuel López Obrador (Morena-PES-PT)</p>	<p>Nacido en 1953, se licenció en Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) Inició su carrera política en el PRI en 1976 y después de 23 años cofundó el PRD en 1989. Fue jefe de Gobierno del Distrito Federal de 2000-2006. Contendió en las elecciones presidenciales de 2006 (en las cuales perdió por un margen de 0.56%), también en 2012 (en las cuales perdió por un margen de 6.63%). En 2014 cofundó y actualmente está participando por tercera vez en la contienda política por la presidencia de México, aliado con el PES y el PT (Noticieros Televisa, 2018).</p>	<p>(Plataforma Electoral Morena, 2018): Convertir al Estado en promotor del desarrollo político, económico y social del Patsy distribuir con justicia la riqueza de la nación, a través de impuestos progresivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Eliminar fuero a altos funcionarios - incluido el presidente. Implantar una política de austeridad y eliminar la pensión a expresidentes. ○ Echar para atrás las reformas estructurales de este sexenio, en especial la energética y la educativa. Fomentar la autosuficiencia energética y alimentaria ○ Para combatir la inseguridad: fusionar a la Policía, la Marina y el Ejército en una "Guardia Nacional". Apostar por la reconciliación, incluso amnistía ○ Combatir la corrupción, a partir de la voluntad política para cumplir la ley. Licitaciones públicas con control social. Cancelar el Nuevo Aeropuerto CDMX.
	<p>RAC - Ricardo Anaya Cortés (PAN-PRD-MC)</p>	<p>Nacido en 1979, licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). A los 21 años fue candidato a diputado local. Nombrado secretario particular del gobernador de Querétaro en 2003. Diputado local en 2009. Subsecretario de Planeación Turística del Gobierno Federal en 2011. En 2012 fue diputado federal por Querétaro. En</p>	<p>(Plataforma electoral Por México al Frente, 2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Cambio de régimen: un gobierno de coalición, con participación ciudadana; para acabar así con el autoritarismo presidencialista y de un sólo partido hegemónico ○ Acabar con la corrupción e impunidad: una Fiscalía Autónoma e Independiente y el fortalecimiento del Sistema Nacional Anticorrupción

		<p>2015 llega a la Presidencia Nacional del PAN. Fue el líder de las negociaciones con el PRD logrando alianzas electorales e incrementar sus gubernaturas. En 2017 formó la coalición por "México al Frente", uniendo fuerzas del PAN, PRD y MC (Noticieros Televisa, 2018)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pacificación del país: reestructurar la estrategia de combate al crimen organizado, con énfasis en la prevención del delito y rediseñando el Sistema de Seguridad Pública ○ Desarrollo económico con inclusión e igualdad: desarrollo de una economía social de mercado, estableciendo un salario mínimo, redefinir la política social del país ○ Recuperar el lugar de México en el mundo: fortalecer la soberanía e intensificar relaciones con otros países, en un ambiente de cooperación, dignidad y firmeza
	<p>JAM - José Antonio Meade (PRI-PVEM-PANAL)</p>	<p>Nacido en 1969. Licenciado de Economía en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y en Derecho en la UNAM. Ha estado presente en la Administración Pública de las anteriores administraciones federales, como secretario de Hacienda y Crédito Público, secretario de Desarrollo Social, secretario de Relaciones Exteriores. Fue designado candidato por la coalición "Todos por México", que une al PRI (gobierno), al PVEM y el PANAL (Noticieros Televisa, 2018).</p>	<p>(Plataforma electoral Coalición PRI-PVAM-PANAL, 2018):</p> <p>Continuación a las reformas estructurales iniciadas por el presidente Peña Nieto. Garantía y certidumbre para la inversión extranjera y la política macroeconómicas. México será una potencia en el siglo XXI, con economía abierta y dinámica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Educación de excelencia en todos los niveles: desde kínder, hasta universidad, ○ Que la prioridad sean las mujeres: piso parejo en oportunidades y protección efectiva de todos sus derechos. ○ Combate a la inseguridad con una estrategia integral: prevención del delito, atención a víctimas y ejecución de sanciones (desmantelar estructuras financieras criminales).
	<p>JRC - Jaime Rodríguez Calderón EL BRONCO (Independiente)</p>	<p>Nacido en 1957. Ingeniero Agrónomo de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Fue diputado plurinominal por el PRI en 1991, diputado local de Nuevo León en 1997, presidente municipal de García, de 2009 a 2012 y gobernador del estado de Nuevo León desde 2015, de manera independiente. El Instituto Nacional Electoral determinó que no cumplía el mínimo de firmas requeridas para su candidatura presidencial independiente, pero el Tribunal Electoral de la Federación falló a su favor y lo incluyó. (Infoelecciones México, 2018)</p>	<p>De sus propuestas se destacan (Rodríguez, 2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Utilizar el apoyo de las Fuerzas Armadas en labores de seguridad mientras se profesionaliza y dignifica el trabajo de las policías. ○ Eliminar algunas delegaciones federales, para aminorar el gasto público o Hacer una reforma fiscal, para disminuir los impuestos en México, en especial el IVA del 16% al 10%. ○ Eliminar financiamiento público a partidos políticos, los privilegios de funcionarios y los gastos excesivos en comunicación social. ○ Castigar ejemplarmente a funcionarios que incurran en actos deshonestos.
	<p>MZ - Margarita Zavala (Independiente)</p>	<p>Nacida en 1967. Está casada con el expresidente Felipe Calderón Hinojosa. Es abogada por la Escuela Libre de Derecho. Fue diputada local en 1994 y diputada</p>	<p>(Margarita Zavala, 2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Por un "México con Valores": libertad económica y política, desregular y simplificar la economía, proteger al inocente y reconocer el mérito.

		<p>federal en 2003. Se desempeñó como directora jurídica del Comité Ejecutivo Nacional y secretaria nacional de Promoción Política de la Mujer 1999 a 2003. Fue presidenta del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) de 2006-2012. En octubre de 2017 renunció al PAN independiente. (Noticieros Televisa, 2018) Para presentarse como candidata</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Combatir la corrupción: despolitizar la justicia y acercarla al ciudadano. Crear una Oficina de Ética en la Presidencia de la República, ◦ Duplicar el tamaño de la Policía Federal para retirar las Fuerzas Armadas de las calles ◦ Eliminar el financiamiento a partidos políticos, el gasto de gobierno en publicidad
--	--	---	--

Fuente: elaboración propia información sacada de (Jiménez, 2018)

Dentro de la tabla anterior encontramos las características de los diferentes candidatos presidenciales en las elecciones de 2018 y sus propuestas más destacadas, la mayoría de estas fueron desarrolladas dentro de los 3 debates que televisaron.

En las elecciones presidenciales de 2018 en México, los principales contendientes a nivel federal fueron los candidatos de tres coaliciones:

1. Andrés Manuel López Obrador (AMLO) – Coalición “juntos Haremos Historia”
 - Integrada por los partidos: Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Partido del Trabajo (PT) y Partido Encuentro Social (PES).
 - López Obrador resultó ganador de la elección, obteniendo más del 50% de los votos.
2. Ricardo Anaya Cortes – Coalición “Por México al Frente”
 - Conformada por los partidos: Partido Acción Nacional (PAN). Partido de Revolución Democrática (PRD) y Movimiento Ciudadano (MC).
 - Anaya quedó en segundo lugar, con un aproximado de 22% de los votos.
3. José Antonio Meade Kuribreña – Coalición “todos por México”
 - Conformado por los partidos: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Verde Ecologista (PVEM) y Nueva Alianza (PNA).

- Meade ocupó el tercer lugar, con aproximadamente el 16% de los votos.

4. Jaime Rodríguez Calderón (“EL Bronco”) – Candidato independiente

- Fue el primer candidato independiente en participar en la elección presidencial en México.
- Obtuvo cerca del 5% de los votos, quedando en cuarto lugar.

(Instituto Nacional Electoral, 2018) (HERNANDEZ ALCANTARA, 2018)

Los actores políticos anteriormente mencionados son los que contendieron entre sí, pues estos candidatos buscaron estrategias con el fin de generar votos para su causa, convenciendo al electorado de que son la mejor opción para poder representarlos. Buscan influir en la percepción pública y movilizar a los votantes para obtener la victoria en la contienda electoral.

Los partidos políticos llevaron a cabo campañas que incluían estrategias pragmáticas y tácticas mediáticas, como el clientelismo, así como el uso de noticias falsas. La intensificación de estas campañas fue clave para que los mensajes pudieran llegar a influir en las preferencias de los votantes. En el proceso electoral de 2018, se observó que la comunicación de los mensajes y propuestas de los partidos y candidatos se realizó, en gran medida, a través de los medios de comunicación, en comparación con años anteriores. (HERNANDEZ ALCANTARA, 2018)

[...] "una candidatura presidencial debe considerar una propuesta enfocada de en los asuntos nacionales más importantes para los ciudadanos, los que más los afectan y que, por tanto, se convierten en los mayores determinantes a la hora de elegir un candidato. Los principales problemas detectados en la actual coyuntura mexicana comprenden la violencia y la inseguridad, la corrupción y la impunidad y el desempleo y la desigualdad." (Padilla, 2018, pág. 30)

En el contexto actual en México, se identifican varios problemas significativos que afectan a la población. Entre ellos, la violencia y la inseguridad son preocupaciones constantes que llegan a generar un clima de temor y desconfianza. La corrupción y la impunidad también son temas críticos, ya que afectan la percepción de la justicia y la transparencia en el gobierno. Por último, el desempleo y la desigualdad son

cuestiones económicas que impactan el bienestar de los ciudadanos y que, si no se abordan, pueden llevar a un descontento generalizado.

[...] “10 tesis de las propuestas de Amlo que a su parecer podrían clarificar el asunto de este gobierno pos neoliberal: 1) no al gobierno rico con pueblo pobre, 2) por el bien de todos, primero los pobres, 3) no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie afuera, 4) no más migración por hambre o por violencia, 5) no hay paz sin justicia. La paz es fruto de la justicia, 6) crecimiento de la economía, pero también distribución de la riqueza y del ingreso, 7) el mercado no sustituye al Estado, 8) la democracia en sus dos vertientes: representativa y participativa, 9) honradez y honestidad y 10) búsqueda del bienestar material y también búsqueda del bienestar del alma. Continúa el autor acopiando diferentes opiniones (sindicatos, agencias internacionales, escritores, analistas, funcionarios y políticos) que enfatizan que el desarrollo alcanzado ha sido por la estabilidad social, por la economía mixta, por el nacionalismo revolucionario o los fracasos en el crecimiento debido a la democracia clientelar, el presidencialismo con autoritarismo” (sánchez, 2023, pág. 162)

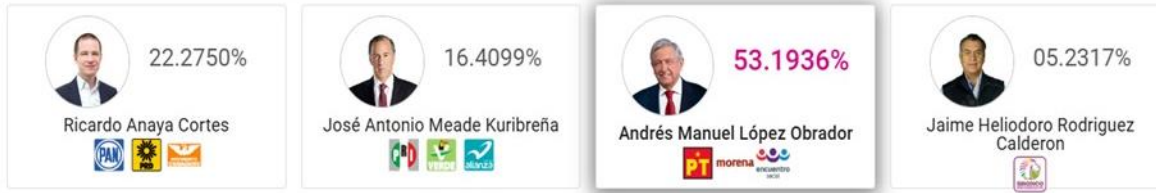
Dentro del texto anterior podemos obtener información relevante sobre algunas de sus frases célebres durante la campaña de que se vivió en 2018 del entonces candidato Andres Manuel López Obrador el cual con su carisma logro difundir su mensaje de un nuevo cambio en el gobierno de México. Tomando en cuenta que parte de sus frases célebres le dieron difusión en redes sociales encaminándolo por una vereda extensa donde su carisma tanto como el mensaje que emitía de esperanza y un verdadero cambio hizo que la sociedad mexicana confiara en él al momento de las votaciones.

En la siguiente tabla podemos observar los resultados u coaliciones que se formaron durante y después de la campaña electoral.

Presidencia-Nacional

Cantidad y porcentaje de votos computados a nivel Nacional, con base en la lista nominal de las actas de escrutinio y cómputo al último corte. Por presentación, los decimales de los porcentajes muestran sólo cuatro dígitos. No obstante, al considerar todos, suman 100%. El total de votos mostrado representa la suma del voto emitido en territorio nacional y desde el Extranjero.

Tabla 11. Porcentaje de votos



(INE 2018)

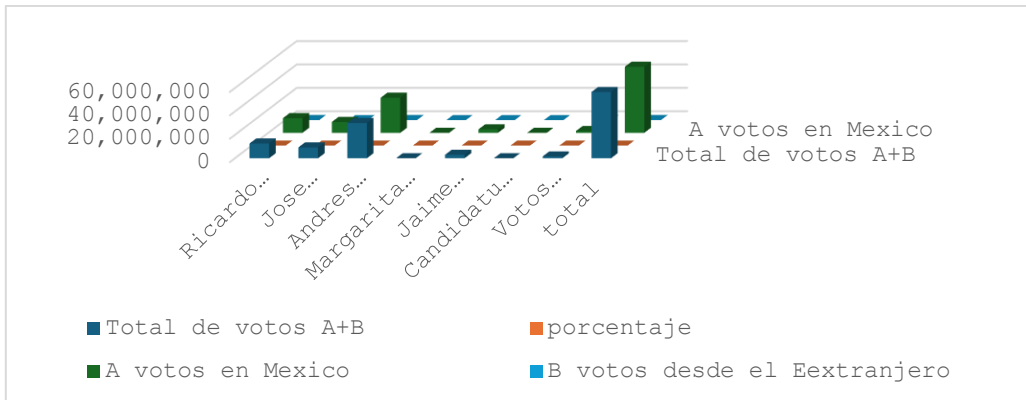
En esta tabla podemos observar que candidato con coalición ganaron y el porcentaje que representa la cantidad de votos que obtuvieron al ganar.

Tabla 12. Diferencia de votos entre los candidatos.

	Ricardo Anaya Cortes	José Antonio Meade Kuribreña	Andrés Manuel López Obrador	Margarita Ester Zavala Gómez del Campo voto nulo por registro cancelado	Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón	Candidaturas no registradas	Votos nulos	Total
Total, de votos A+B	12,610,120	9,289,853	30,113,483	32,743	2,961,732	31,982	1,571,114	56,611,027
porcentaje	22%	16.41%	53.19%	0.06%	5.23%	0.06%	2.78%	100.00%
A votos en México	12,583,776	9,285,240	30,049,620	32,743	2,959,864	31,713	1,569,601	56,512,557
B votos desde el Extranjero	26,344	4,613	63,863	0	1,868	269	1,513	98,470

(Instituto Nacional Electoral, 2018)

Gráfico 11. Votos 2018



(Instituto Nacional Electoral, 2018)

Dentro de la gráfica podemos observar con detenimiento los candidatos de las elecciones de 2018 con la disparidad de votos que tuvieron en esta contienda y la diferencia de porcentajes entre ellos.

En las campañas políticas electorales de los candidatos de las elecciones de 2018 fueron un proceso significativo y complejo:

[...] "los candidatos, tanto partidistas como independientes, se caracterizaron por hacer campañas electorales con base en un lenguaje político de confrontación, con las técnicas tradicionales de la mercadotecnia, consistente en la reproducción en radio y televisión de clichés para sintetizar su idea de gobierno y su popularidad, la organización de eventos masivos con asistencia de las bases partidistas, discursos poco creativos-y-repetitivos y la entrega de regalos." [...] (HERNANDEZ ALCANTARA, 2018, pág. 341)

Esto presenta un análisis crítico sobre las campañas electorales de los candidatos, tanto de partidos políticos como interdependientes.

Dentro del análisis de los candidatos y sus campañas políticas se observa el lenguaje político; los candidatos utilizan un enfoque agresivo en su comunicación, buscando polarizar a la audiencia en lugar de promover un dialogo constructivo. Esto puede reflejar una estrategia para movilizar a los votantes a través de la identificación con un bando. Utilizan técnicas de mercadotecnia; menciona que las campañas se basan en técnicas tradicionales de mercadotecnia, lo que indica que los candidatos tratan su imagen y propuesta como productos que deben ser vendidos al electorado. Esto puede llevar a una superficialidad en el contenido de las propuestas, priorizando la forma sobre el fondo.

A la mitad de la campaña electoral en México en 2018 se situó aproximadamente en mayo, cuando los candidatos ya habían comenzado a consolidar sus estrategias y a presentar sus propuestas de manera más clara.

Tabla 13. Encuesta Mitofsky (mayo 2018)

En lo que va la Campaña ¿Qué candidato cree que...?					
Mayo 2018	Ricardo Anaya	José Antonio meade	Andrés Manuel López obrador	Ninguno	Total
Está haciendo la mejor campaña	22.5	14.6	36.9	26	100
Tiene las mejores propuestas	24.4	14.7	34	26.9	100
Tiene más capacidades para gobernar el país	23.1	14.2	34.5	28.2	100
Es más honesto	20.3	13.8	31.9	34	100
Es más cercano a la gente	19.8	13.4	40.1	26.7	100
Esta más preparado académicamente	25.1	17.7	29.8	27.4	100

Fuente: (Padilla, 2018)

En la encuesta marcada anteriormente podemos observar que a mitad de campaña los electores ya tenían una preferencia por un candidato; Andrés Manuel con un porcentaje del 36.9% con el supuesto de que está haciendo la mejor campaña y que es el 40.1% es más cercano a la gente.

En las elecciones de este año se participó activamente dando a conocer nuevos modelos de comunicación política que no se utilizaban en México y les dio una forma más amplia de poder comunicar sus mensajes, tener respuesta de la ciudadanía y no solo emitir el mensaje en las tradicionales formas de comunicación.

[...] "las elecciones se convierten en un proceso a partir del cual se promueve ideas, propuestas y promesas de campaña que tienen como objetivo convencer al electorado para participar en la emisión del sufragio" [...] (Rodríguez, 2020, pág. 28)

Por un lado, las elecciones son un proceso mediante el cual se promueven ideas, propuestas y promesas de campaña con el único objetivo de convencer al electorado de participar en el acto de votar. Esto implica que los candidatos y partidos políticos comuniquen sus mensajes, proyectos, buscando influir en las preferencias de los votantes, motivarlos a ejercer su derecho a voto. A través de estas campañas, se genera una dinámica de persuasión y competencia que es esencial para la práctica democrática, permitiendo que los ciudadanos elijan a sus representantes de acuerdo con las propuestas que mejor respondan a sus expectativas y necesidades.

"Las campañas que realizaron los partidos políticos durante las elecciones de 2018 en México, tuvieron como objetivo dar a conocer en los medios de comunicación, la información sobre las propuestas de campaña y las promesas de candidatos y candidatas en todo el país." [...] (Jose Luis Estrada Rodriguez, 2019, pág. 41)

Es decir, durante la campaña política de las elecciones de 2018 se buscó dar a conocer, a través de los medios de comunicación, las respuestas y promesas de los candidatos y candidatas en todo el país.

[...] " la joven democracia mexicana creando una ruptura histórica que puso fin a un régimen partidocrático que duró más de ocho décadas y media en el país; y gestó una profunda transformación en el mapa del poder político de la República al crear un cambio del régimen hacia la izquierda que dio origen a una nueva etapa político-social que aspira a construir la "Cuarta transformación" en la historia moderna de México." (Madrid, 2019, pág. 15)

El hartazgo social que ya se venía viviendo desde años atrás fue la pauta para que hubiera una ruptura dentro de la juventud democrática, exigiendo un cambio. La democracia mexicana alcanzó un punto de inflexión histórico al romper con un régimen partidocrático que se había mantenido en el poder durante más de ochenta años. Este cambio marco una transformación profunda en el panorama político del país, el encaminarlo hacia un nuevo régimen de orientación política de izquierda. Esta transformación también marca el inicio de una nueva etapa en la vida política y social en México impulsada por la inspiración de construir lo que se denomina la "cuarta transformación", un proceso que pretende consolidar un cambio estructural y significativo en la historia moderna de la nación.

La campaña política de las elecciones presidenciales en México 2018 fue un suceso sin precedentes, marcado por un cambio significativo en las redes sociales y un contexto de descontento social que beneficiaron al entonces candidato Andrés Manuel López Obrador (AMLO) del partido Morena.

Después de que Morena fuera consolidada como partido político comenzó a armar su estrategia para poder estar con todo en las elecciones de los siguientes años y así se formaron alianzas con otros partidos que estuvieran de acuerdo con su organización.

"Esta narrativa tuvo un giro definitivo en el proceso electoral de 2018. En esta ocasión, López Obrador candidato de la Coalición "Juntos Haremos Historia", formada por su partido Morena, el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Encuentro Social (PES) dominó la contienda de principio a fin." [...] (Fernando Luna, 2019, pág. 29)

Así mismo la coalición que se formó, tuvo un frente fuerte el partido de morena que hizo coalición con el partido del trabajo y el partido encuentro social, generaron una buena estrategia para poder dominar la contienda de principio a fin y obtuvieron el voto duro para poder ganar las elecciones.

[...] "se creó un modelo de comunicación político diferente que Permitió que el candidato de la coalición "Juntos Haremos Historia" difundiera masivamente otras percepciones sobre la realidad nacional, alternativas de gobernabilidad diferentes, instaurando un escudo de protección ante la manipulación informativa, los ataques propagandísticos, las fake news, las distracciones recurrentes que colaboraron sincrónicamente el sistema comunicativo del poder tradicional y la guerra informativa sucia" que aplicaron los partidos opositores." (Madrid, 2019, pág. 18)

Del mismo modo este modelo de comunicación política innovador al candidato de la coalición "Juntos haremos historia" difundir masivamente una visión alternativa de la realidad nacional y plantear propuestas de gobernabilidad diferentes. Este enfoque creo un escudo de protección contra la manipulación informativa, los ataques propagandistas y las fake news, además de minimizar el impacto de distracciones y tácticas mediáticas promovidas por el sistema comunicativo alineado con el poder tradicional. Esta estrategia en su momento también hizo frente a la "guerra informativa sucia" llegada a cabo por los partidos opositores, al ofrecer

canales de comunicación directa y fuentes alternativas que contrastaban con los mensajes difundidos por los medios tradicionales.

En las siguientes tablas se mostrarán diferentes encuestadoras que se hicieron antes de las elecciones 2018 donde encontramos diferencias de otras tablas, pues por cada vivienda es formada una opinión sobre los contendientes etc.

Tabla 14. Estimaciones financieras por encuesta en vivienda, publicadas antes de la elección presidencial de México, 2018.

Encuestadora	Fecha de cierre	Casos en muestra	Estimación reportada				MV*	N
			RAC	JAM	AMLO	JRC		
ARCOP	22/06/2018	1000	28	18	52	2	24	2.6
Berumen	11/06/2018	13317	25.8	16.7	54.7	2.8	28.9	2.5
BGC	25/06/2018	1000	26	21	49	4	23	2.8
Consulta	19/06/2018	1000	25.5	22.5	48.1	3.9	22.6	2.9
Conteo	17/06/2018	1100	26.7	31.1	4	2.2	13.3	3
Demotecnia	13/06/2018	1200	25	19	50	5	25	2.8
El Financiero	23/06/2018	1420	21	22	54	3	33	2.6
Eukoll	22/06/2018	1600	21.9	22	54	3	33	2.6
GEA-ISA	17/06/2018	1070	28.4	19.2	51.7	7.2	29.8	2.8
Parametria	25/06/2018	1000	22	18	53	7	31	2.7
Reforma	24/06/2018	1200	27	19	51	3	24	2.7
Suasor	24/06/2018	1000	26.1	28.4	43.2	2.3	17.1	3
varela	24/06/2018	1080	28.1	18.8	49.2	3.9	21.1	2.8
Promedio			25.5	21.5	49.2	3.7	23.7	2.8
Resultado			22.9	16.9	54.8	5.4	31.9	2.6

Fuente: (Mena, 2019)

En la tabla 1 podemos observar que está basada en los resultados y no en las encuestas de prueba, obtenemos de diferentes encuestadores los diferentes resultados, en los cuales podemos observar cómo López Obrador está por encima de los demás contendientes.

Tabla 15. Inexactitud de las estimaciones finales por encuesta en vivienda para la elección presidencial de México, 2018.

Encuestadora	Inexactitud en la estimación*				Orden	M5/2*	M3	E
	RAC	JAM	AMLO	JRC				
ARCOP	5.1	1.1	-2.8	-3.4	1	4	3.1	3.2
Berman	2.9	-0.2	-0.1	-2.6	1	1.5	1.5	5.9
BGC	3.1	4.1	-5.8	-1.4	1	4.5	3.6	2.7
Consulta	2.6	5.6	-6.7	-1.5	1	4.7	4.1	2.8
Conteo	3.8	14.2	-14.8	-3.2	0	9.3	9	7.2
Demotecnia	2.1	2.1	-1.8	-0.4	1	3.5	2.4	1.4
El Financiero	-1.9	5.1	-0.8	-2.4	0	1.4	2.6	2.6
Enkoll	-1	2.3	-3.1	1.8	1	2.1	2.1	1.9
GEA-ISA	5.5	9.5	-11.2	-3.8	1	8.4	7.5	6.3
Parametria	-0.9	1.1	-1.8	1.6	1	1.4	1.4	1.3
Reforma	4.1	2.1	-3.8	-2.4	1	4	3.1	2.9
Suasor	3.2	11.5	-11.6	-3.1	0	7.4	7.4	5.8
Varela	5.2	1.9	-5.6	-1.5	1	5.4	3.6	2.7
Promedio	2.7	4.7	-5.7	-1.7	1	4.4	3.9	3.6
Resultado	22.9	16.9	54.8	5.4				

Fuente: (Mena, 2019)

En la tabla anterior podemos observar cómo se menciona la inexactitud en la estimación de las encuestas de la realidad de los resultados de las elecciones 2018 de las diferentes encuestadoras, se estudia la disparidad que se tiene entre estas.

Tabla 16. Votación por López Obrador según la encuesta final y de salida de parametría para la elección presidencial de México, 2018, conforme variables demográfías

Demografía	encuesta final	encuesta de salida
Fecha	25/06/2018	01/07/2018
Población	Electores	Volante
Casos	1000	1321
total	53%	56%
Hombres	55%	65%
Mujeres	51%	49%
18 a 25 años	51%	55%
26 a 35 años	55%	63%
36 a 45 años	59%	56%
46 a 55 años	59%	56%

56 y más años	45%	55%
---------------	-----	-----

Fuente: (Mena, 2019)

La siguiente tabla podemos analizar las encuestas iniciales que son las electorales de las elecciones de 2018 y las encuestas finales que se observan en un volante entendiendo por completo la diferencia una de otra.

Finalmente, a lo largo de este capítulo podemos analizar que la comunicación política comenzó su auge digital totalmente en 2018 con las elecciones en donde por tercera vez fue candidato Andrés Manuel López Obrador, donde él fue de los candidatos que le dio la utilidad que requería para poder hacer llegar su mensaje a la población y ganar, como lo vemos en las tablas anteriores, obteniendo un porcentaje alto de votos.

3.3 Efecto AMLO el impacto de la comunicación mediática

El Efecto AMLO se dio por diferentes circunstancias que se vivieron en México pues después de tantos años en los que los partidos políticos de siempre dejaron que el país se llenara de corrupción, violencia, inequidad, desabasto en la salud, inseguridad, incongruencia de lo dicho a lo hecho y el hartazgo social que al parecer que para las elecciones del 2018 llegó a su límite, el ver una “cara nueva” un nuevo partido (MORENA) un personaje que creó su imagen desde años atrás claro, pero que compitió 3 veces por la presidencia de la república, con un discurso “nuevo” moviendo emociones y ganando empatía de la sociedad para su propósito final llegar a ganar la contienda electoral de 2018.

Por tercera vez consecutiva en las boletas electorales estuvo plasmado el nombre del candidato, durante sus intentos compitió en la batalla electoral, Andrés Manuel López Obrador AMLO, donde fue avanzando en la construcción de liderazgo social para convertirlo en un liderazgo político e institucional.

“La nueva conformación política representada por el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) llevó a la presidencia a AMLO en sólo cuatro años, en 2018 alcanzó el 53.19% de la votación, revelando el gran poder político reunido por Amlo a través de Morena, además se ganó también la jefatura del gobierno de la Ciudad de México y 11 de las 16 delegaciones que integran su territorio, así como cinco gubernaturas de las nueve en disputa. En el Congreso obtuvo mayorías en las dos Cámaras, con casi 55% de representatividad en la de diputados y 62% en la de senadores.” (sánchez, 2023)

Dentro de la estadística que se llevó a cabo el año en el que ganó AMLO podemos observar que el hartazgo de los mexicanos fue tan evidente que fue totalmente demostrado en las urnas con sus votos a favor de una figura política que para ellos hacía totalmente la diferencia con el enorme mensaje de esperanza que emitía hacia la sociedad en general lo cual es parte de generar el efecto AMLO que se venía puliendo desde antes de que Andrés Manuel llegara a la presidencia con un puntaje histórico.

[...] “lo ocurrido durante las elecciones de 2018 y lo que al menos se considera ya convencionalmente como un cambio de

régimen. En efecto la elección del Lic. Andrés Manuel López Obrador (AMLO) como presidente de los Estados Unidos Mexicanos ha generado amplias y diversas expectativas para una mayoría de la población, pero también enconadas reacciones que de diferentes formas, esquemas y planes se instrumentaron en el país para que no llegara como gobernante, es decir desde antes de la elección.” [...] (sánchez, 2023)

Las expectativas extensas que creó el entonces candidato López obrador de un cambio verdadero y su candidatura de seis años consecutivos fueron una pieza importante para que en las elecciones de 2018 se viera un cambio general dentro de la población y junto con todo lo demás se creara el efecto AMLO.

Además, el efecto AMLO se refiere sobre todo al impacto significativo que la figura de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) ha tenido en el escenario político, social, y económico de México, especialmente, a partir de su candidatura y, eventualmente, la victoria en las elecciones presidenciales de 2018. Este efecto ha generado un cambio profundo en la dinámica política mexicana y puede analizarse desde distintas perspectivas:

- Así mismo la figura de López Obrador fragmentó el esquema tradicional del poder político en México, en el que dominaban los partidos PRI y PAN. Al posicionarse como un líder de izquierda comprometido con la "transformación" del país, AMLO generó en extremo un cambio de la percepción entre los votantes. Su victoria representó una reacción en cadena de décadas de gobiernos percibidos como corruptos y desconectados de las necesidades populares.
- El efecto AMLO generó expectativas de cambio estructural de nuestro país, con esta narrativa enfocada en la austeridad, la lucha contra la corrupción y el enfoque en políticas públicas que, según su visión, busca beneficiar a los sectores históricamente marginados.
- Dentro de las elecciones de 2018, el efecto que se desató en las campañas, la popularidad de López Obrador fue cuando impulsó una “ola” de votos que benefició a otros candidatos de su partido, MORENA, y de los partidos aliados de la coalición “Juntos Haremos Historia”. Esto generó un arrastre

electoral, dando su partido y a sus aliados una presencia de mayoría en el congreso, gobernaturas, así como otros cargos a nivel estatal y local.

En efecto este fenómeno se ha replicado en elecciones posteriores, donde el respaldo de AMLO sigue siendo un factor que favorece a candidatos de MORENA, a quienes el público asocia con el presidente y sus políticas.

El impacto social que generó implosionó el aumento de la participación ciudadana, AMLO ha sido particularmente exitoso en movilizar a sectores de la población que tradicionalmente se sentía desconectados de la política, tales como jóvenes y sectores rurales. Su discurso sus políticas de inclusión social y economía han incentivado una participación ciudadana activa y un sentimiento de empoderamiento entre la población.

Además, el “el efecto AMLO” ha consolidado una base electoral fiel, que apoya a su gobierno a pesar de algunas críticas o controversias. Esta base incluye tanto a grupos populares como sectores de clase media que simpatizan con su narrativa de transformación.

El “efecto AMLO” es un fenómeno multifacético que ha reconfigurado el panorama político, social y económico de México. Representa el respaldo popular hacia un nuevo estilo de gobernar que rompe con el pasado reciente y busca establecer una “Cuarta Transformación” en la historia nacional. Sin embargo, también ha sido objeto de críticas y controversias, lo que refleja tanto el apoyo como la resistencia que genera su liderazgo en diferentes sectores del país.

El "Efecto AMLO" es la expresión de una profunda reconfiguración política y social. Su legado es un contraste de luces y sombras: por un lado, ha logrado una conexión sin precedentes con la ciudadanía, ha puesto la atención en la agenda social y ha desafiado el modelo político tradicional. Por otro lado, ha acentuado la polarización, ha generado críticas sobre la erosión de las instituciones y ha dejado preguntas sobre la viabilidad a largo plazo de sus políticas. En última instancia, el "Efecto AMLO" no es solo el resultado de una presidencia, sino el reflejo de un país que

buscaba un cambio y que, para bien o para mal, lo encontró en la figura de un líder que prometió una transformación radical.

La victoria de López Obrador en 2018 no fue un triunfo marginal, sino un mandato contundente y un claro rechazo al "régimen" político existente. Este resultado se explica por tres factores interconectados:

El hartazgo ciudadano: Las elecciones de 2018 se desarrollaron en un contexto de profundo descontento social. Los ciudadanos estaban agotados por la corrupción endémica, la creciente inseguridad y la percepción de que las élites políticas tradicionales no los representaban. López Obrador capitalizó magistralmente este sentimiento, presentándose como el único candidato capaz de enfrentar y dismantelar el sistema corrupto.

El "efecto arrastre": La victoria de AMLO no se limitó a la presidencia. Su abrumadora popularidad se tradujo en un "efecto arrastre" que impulsó a la coalición de su partido, Morena, a obtener la mayoría en ambas cámaras del Congreso de la Unión. Esto le otorgó un poder legislativo sin precedentes para implementar su agenda, sin necesidad de negociar con la oposición.

La figura personal del líder: Más que un triunfo de Morena como partido, las elecciones de 2018 fueron un referéndum sobre la figura de López Obrador. Su persistencia, su discurso de "el pueblo primero" y su capacidad de conectar con los sectores populares le permitieron construir una base de apoyo sólida que trascendió las afiliaciones partidistas tradicionales. Fue un triunfo del líder por encima de la estructura partidista.

En resumen, el "efecto AMLO" en 2018 fue la culminación de un proceso de años, impulsado por el desencanto social, la habilidad de un líder para captar ese sentimiento y una estrategia de comunicación eficiente, que resultó en una reconfiguración total del poder político en México. La victoria no solo le dio la presidencia, sino el control del poder legislativo, consolidando una nueva fuerza política dominante en el país.

Conclusiones

A lo largo de la presente tesis se ha mostrado la importancia de la comunicación política a lo largo de los años en las campañas políticas se puede observar el escenario en el que se desenvuelve la comunicación política, hay diversas formas de poder comunicar el mensaje a la ciudadanía.

Dentro de este apartado podemos observar que analizamos desde el primer capítulo los antecedentes históricos de la democracia y el neoliberalismo, la crisis que se a vivido a lo largo de los años tanto en México como en algunos países mas de América Latina, se describió el concepto de cada uno de estos dándole un poco de enfoque a la línea de vida que se iría desplazando hacia lo que se estudió en este documento, encontrando aquí el punto de partida que fue necesario analizar, tomando en cuenta el peso que se a dado durante mucho tiempo habiendo un constante cambio con el paso del tiempo.

La relación entre la democracia y el neoliberalismo es compleja y ha sido el objeto de debate en la teoría y económica. Por un lado, el neoliberalismo, que se basa en principios de la libertad de los mercados, la reducción del tamaño del estado y la promoción de la iniciativa privada, pues se argumenta que es un mercado libre puede fomentar la competencia, y por ende la innovación, lo que podría llegar a beneficiar a la democracia al proporcionar más recursos y oportunidades a la población.

En el apartado segundo se dio a conocer el marco teórico, los principales conceptos de la esencia de la comunicación política hablando de esta desde sus inicios después del término de la segunda guerra mundial la forma como se fue desarrollando a lo largo de la línea del tiempo y como ha dado cambios radicales para poder llegar a emitir un mensaje de diversas formas, teniendo a la audiencia electoral con la disposición de escuchar, retroalimentar por diversos medios de comunicación u omitir una opinión pública, diferentes puntos de vistas teniendo un emisor y un receptor del mensaje enviado.

En lo siguiente el marketing político es una herramienta que utilizan muchos en las campañas electorales, es una disciplina que maneja la aplicación de estrategias y técnicas de marketing al ámbito político con el objeto de influir en la opinión pública, promover candidatos, partidos políticos y movilizar a los votantes. Este tipo de marketing se basa en la investigación de mercado para poder entender las necesidades, preferencias y comportamientos de los electores, lo que permite diseñar campañas más efectivas, como el compartir publicidad de su campaña, mejorando su imagen política ante la sociedad, la forma en la que viste, el porte con el que tiene que ser visto, hasta la diferencia que tenga con los demás candidatos para poder entender el discurso que quiere dar a conocer ante el electorado, promoviéndose como la mejor opción para gobernar, enfatizando de una forma diferente el manejo de las emociones sociales a su favor.

Una de las herramientas más comunes en el marketing político es la publicidad que se lleva a cabo durante toda la campaña electoral y que puede realizarse a través de medios tradicionales como televisión, radio, prensa, así como a través de plataformas digitales y redes sociales.

Los medios de comunicación política más utilizados en la campaña electoral de 2018 propaganda, radio, televisión y redes sociales o plataformas de internet para poder hacer llegar su discurso al mayor número de personas así poder obtener el mayor número de seguidores.

Los medios de comunicación como las redes sociales tuvieron un impacto muy grande dentro de la campaña política de 2018 en México a nivel presidencial ya que fue de las primeras veces que se utilizó en una campaña política tan grande y aunque hubo polarización durante esta campaña, se conocieron las diferentes estrategias en las que se pudo movilizar la forma en cómo se comunica un mensaje para un tipo de campaña.

La campaña política de las elecciones de 2018 en México fue un momento decisivo en la historia reciente del país, marcado por un contexto social político complejo. La

victoria de Andrea Manuel López Obrador (AMLO) no solo represento un cambio en la administración federal, sino también un giro en la percepción de los votantes sobre el sistema político y los partidos tradicionales.

Una de las características más destacadas de esta campaña fue la polarización del electorado. AMLO, representando a la coalición “juntos haremos historia” capitalizo el descontento generalizado hacia el gobierno saliendo del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la percepción de corrupción que había permeado a lo largo de los años. Su mensaje de “la cuarta transformación” resonó en muchos mexicanos que buscaban por completo un cambio radical en la forma de gobernar y en la lucha contra la corrupción. Esta narrativa fue fundamental para su éxito, ya que logro movilizar a un sector de la población que históricamente se habían sentido excluidos en el proceso político mexicano.

Además, podemos observar el uso de las redes sociales y las plataformas digitales se convirtieron en un elemento clave de la campaña. Los candidatos, especialmente AMLO, supieron cómo aprovechar este tipo de herramientas para comunicarse directamente con los votantes, eludiendo en muchos casos a los medios tradicionales, esto permitió que su mensaje llegara de forma más efectiva, con especial atención a los jóvenes, quienes jugaron un rol importante en la elección. Sin embargo, también surgieron desafíos relacionados con la desinformación y las noticias falsas, que complicaron el panorama electoral.

La campaña también estuvo marcada por la violencia y la inseguridad, que afectaron a muchos candidatos y a la población en general. Este contexto de violencia genero un ámbito de miedo y preocupación, pero al igual también un llamado a la acción por parte de los votantes, quienes exigían soluciones efectivas a estos problemas. La inseguridad se convirtió en un tema central de debate y los candidatos tuvieron que abandonar este asunto de manera contundente.

La campaña política de 2018 de ese año evidencio la necesidad de transformación y la búsqueda de una nueva forma de gobernar. La victoria de AMLO simboliza una esperanza, para muchos, pero también planteo retos significativos en la impresión simbolizo una esperanza para muchos, pero también planteo retos significativos en

la implementación de sus promesas y la gestión de un país con múltiples desafíos. La forma en la que se desarrolló esta campaña y los resultados obtenidos subrayando la importancia de la participación ciudadana y el papel de los votantes en la construcción del futuro político del país.

Al final de todo se le dio respuesta a las preguntas que se encuentran al principio de ese trabajo:

- ¿En qué medida el efecto AMLO impacta en la comunicación política en México? La medida en la que se llega a ver el impacto de Andrés Manuel en la Comunicación Política se puede encontrar en el porcentaje de los votos que recabo del electorado para poder ganar en las elecciones de 2018, teniendo en cuenta que AMLO estuvo en boletas electorales tres veces consecutivas, donde genero un largo alcance discursivo enorme impactando ante el hartazgo social que se vivía en México desde ya hacia allá pasados, encontrando en López Obrador un tipo de Mesías para México que vino a salvar a la sociedad de la corrupción y la impunidad que se venía generando que siempre estuvo, y que desde un sexenio atrás la sociedad no soporto por eso el apoyo hacia este personaje que creo una imagen de salvavidas para todo la república mexicana. De esta forma le damos un espacio de apertura para contestar la siguiente pregunta...
- ¿Qué estrategias de la comunicación política se utilizaron en los medios de comunicación y las redes sociales como un factor clave para ganar las elecciones de 2018? Dentro de las estrategias que genero AMLO la primera y más importante sería que ante su insistencia de su participación por tres veces consecutivas en las elecciones de 2006, 2012 y 2018 para el puesto de presidente de la República mexicana, se observó su candidatura durante 18 años aparte de su vida política en la cual siempre genero controversias y de alguna forma escándalos para ser visto, yendo por lo que para él era correcto en su momento. Teniendo momento de gloria para el mismo y creando desde entonces una gran apertura hacia lo que él creía, obteniendo siempre apoyo social. Creo una imagen de un personaje seguro, tranquilo a

favor de lo social, y un discurso de populismo donde encontró factible irse con “primero los pobres”, su discurso motivado por el cambio de gobierno a un nuevo gobierno, formado por líderes “diferentes” y por consiguiente “la 4T” (la cuarta transformación) obteniendo por completo un discurso del cambio, el liderazgo e imagen que dio ante los votantes, de un actor político sin mancha, que quería generar un cambio en la sociedad, por el fraude y la corrupción que vivió en los anteriores procesos donde participo, fue un punto a favor para el para poder seguir generando un discurso donde él también había sufrido de alguna forma. Las estrategias que género en los medios de comunicación tanto antiguos como los nuevos, lo llevaron a que su mensaje se conociera por diferentes medios, este discurso llegara tanto a jóvenes como a personas adultas o de la tercera edad y convencerlos de que él era el mejor para poder ejercer el poder de la presidencia y crear un verdadero cambio para su país. La polarización que vivió durante toda la campaña por los demás partidos fue contraproducente para ellos ya que genero lo contrario de lo que ellos querían que generara dentro de la publicidad le dieron el auge que AMLO no pidió para su campaña y al final lo termino ayudando. Generando así el “Efecto AMLO”.

- ¿En el 2018, las elecciones federales fueron un fenómeno que impactó la vida política del México contemporáneo? En este año se vivió uno de los eventos más importante en los diferentes niveles de gobierno, pues se postularon muchos candidatos para las elecciones; federales, Estatales y municipales, así como para diputados y senadores, fueron de las elecciones más concurridas, aparte de eso claro que fueron un fenómeno que impacto la vida política de México. Tomando en cuenta todos los cargos que se tenían que ocupar. Y la manera en cómo se fueron generando los discursos políticos de los contendientes políticos a los diferentes cargos de elección popular, teniendo que crear un discurso de convencimiento del electorado para que les dieran su voto. En la vida pasada de México no habíamos visto algo igual pasar de un sistema político bipartidista a un pluripartidismo. La generación del fenómeno momentáneo de las elecciones electorales de 2018 está en

impacto que genero las redes sociales al ser utilizadas por primera vez en las campañas políticas a nivel federal en México, encontrando una forma de conectar con el electorado, manteniéndolos informados de lo que pasa en las campañas por consiguiente generando una forma de discusión entre políticos y electorado, esta forma de conexión no se dio siempre pues el estar informado y no generar alguna discusión directa era lo de siempre pero ahora con los nuevos elementos que se van generando a través de la conexión a internet podemos interpretar, mantenernos al corriente de lo que pasa en las campañas electorales y generar una opinión propia de lo que pasa en ellas.

Respondiendo a estos cuestionamientos podemos concluir que el efecto AMLO impacto a nivel nacional en México, por medio de los diferentes medios de comunicación política, pero teniendo como auge las redes sociales donde se genera una comunicación, no solo de emisor receptor sino de discusión sobre lo que pasa tanto en el sistema político mexicano como en las campañas electorales, en la vida de los políticos y de los partidos en los que están incluidos.

Fue un cambio radical del sistema político, la forma en cómo hacer campaña, la información mediática que se maneja para el electorado, la polarización que, en lugar de crear negatividad, crea algo positivo para el oponente.

Bibliografía

- Alcántara, C. H. (2018). Campañas Electorales Presidenciales Pragmáticas en México 2018 Política y Comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Sociales* , 327-352.
- Andrade del Cid, P. F. (2020). Comportamiento de las comunidades digitales en Twitter durante las elecciones México 2018. *Revista de Comunicación*, 2020, vol.19, No. 1., 19-34.
- Arrieta, J. A. (2021). La crisis de la Democracia en América Latina . *Revista Saberes Jurídicos*, 54 -65.
- Bernecker, W. L. (2004). *Transición democrática y anomia social en perspectiva comparada*.
- Canel, M. J. (2006). Comunicación Política una Guía para su Estudio y Práctica. *Tecnos*.
- Canel, M. J. (2006). Comunicación Política una guía para su estudio y práctica. En M. J. Canel, *Comunicación Política una guía para su estudio y práctica* (págs. 17-34). tecnos.
- Canto, C. S. (s.f.). AMLO, líder de movimientos sociales. Faceta de un político de izquierda. *XI. Acción colectiva y movimientos sociales* , 370-380.
- Clicerio Coello Garcés, F. d. (2017). *Modelo de Comunicación Política a Debate La libertad de Expresión en Materia Electoral*. Ciudad de México: Tirant lo blanch.
- Cliserio Coello Garcés, F. d. (2017). *Modelo de comunicación política a debate La libertad de expresión en materia electoral*. ciudad de México : Tirand lo b.
- Espino-Sánchez, G. (2011). La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México. *CONVERGENCIA Revista de Ciencia Sociales*, 59-86.
- Espinoza, J. C. (2003). Comunicación política hoy: Sólo existe el Marketing? En J. S. Elías Aguilar García, *Marketing y Elecciones* (págs. 79 - 86). México: LunArena Arte y Diseño Editorial.
- Farías, G. (14 de Agosto de 2024). *concepto* . Obtenido de Medios de Comunicación: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/#ixzz8ix3WJQ1rs>
- Fernando Luna, S. G. (2019). Las organizaciones sociales frente a la candidatura de Andrés Manuel López Obrador . *Revista Mexicana de estudios de los movimientos sociales*, vol.3, num.1, 28-47.
- Francisco Serrano Oceja, J. E. (2019). La gestión de las redes sociales en la comunicación política y su influencia en la prensa. *Index Comunicación* , 173-195.
- Gracia, J. C. (2015). Las Características jurídicas del neoliberalismo. *Revista Mexicana de Derecho Constitucional* , 3-44.
- Harvey, D. (2007). *Breve Historia de Neoliberalismo*. Humanes (Madrid): Akal cuestiones de antagonismo.

- Instituto Nacional Electoral. (8 de julio de 2018). *Computos Mx 2018*. Obtenido de Computo Distrital 2018: <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1>
- Ismael Crespo, J. d. (2013). *Comunicación Política y Campañas Electorales en América Latina*. Madrid, España: Editorial Biblos.
- Jean-Louis Labarriére, C. L.-P. (2001). *Teoría política y comunicación*. Barcelona: Gidesa.
- Jiménez, S. P. (2018). Marketing Político en las Elección Presidencial Mexicana de 2018: las estrategias de AMLO. *Econografos Escuela de Administracion y Contaduria Publica*.
- Jose Luis Estrada Rodriguez, A. M. (2019). Las campañas electorales de 2018 en México: inequidad de género en la cobertura mediática . *Perspectivas de la comunicación* , 39-56.
- Latinobarómetro Opinión Pública Latinoamericana. (2018). *Latinobarómetro Opinión Pública Latinoamericana*. Obtenido de Latinobarómetro Opinión Pública Latinoamericana: <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>
- Laxe-fernandez, P. G. (2002). *El Mundo Actual: Situación y Alternativas* . México, D.F. : Siglo XXI.
- Ledesma, M. M. (2011). *Metodología de la comunicación política en campañas electorales*. Madrid, España: Plaza y Valdes Editores.
- Lucía Álvarez Enríquez, C. S. (2006). *Democracia y Exclusión Caminos encontrados en la Ciudad de México*. Ciudad de México : Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Maarek, P. J. (2005). *Marketing Político y comunicación Claves para una buena información Política*.
- Madrid, J. E. (2019). Las elecciones 2018 y el triunfo de AMLO/Morena . *ARGUMENTOS, UAM-XOCHIMILCO MÉXICO*, 13-28.
- Martín Echeverría, E. M. (2019). Cobertura negativa de la prensa mexicana durante las elecciones 2018. analisis de contenido. *Elecciones México de 2018 entre la comunicación y la polarización* .
- Martínez, E. (9 de Agosto de 2024). *Enciclopedia Significados* . Obtenido de Neoliberalismo: <https://www.significados.com/neoliberalismo/>
- Mazzoleni, G. (2010). *La Comunicación Política*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Mena, R. d. (2019). *Revista Mexicana De Opinión Pública*. Obtenido de Las encuestas en la elección presidencial de México, 2018: <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2020.28.66376>
- Montes, M. C. (2007). Comunicación Política y medios en México: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión . *Convergenci. Revista de ciencias Sociales*, vol. 14 núm. 43 , 105-136.

- Montoya, L. H. (2006). Comunicación Pública, Comunicación Política y Democracia: un cruce de caminos . *Palabra-Clave* , 7-18.
- Olmedo-Neri, R. A. (2021). La comunicación política el caso de #RedAMLO en México. *UNIVERSITAS revista de ciencias sociales y humanas de la universidad politecnica de salesiana*, 109-130.
- Olvera, A. J. (2019). Crisis de la Democracia en América Latina? *El Instituto de la Democracia en América Latina*.
- Ossandón, J. (2019). ¡Abajo el Neoliberalismo! Pero ¿Qué es el Neoliberalismo? *CIPER Chile*, 1-21.
- Pabón Arrieta, J. A. (2019). *La democracia en America Latina: un modelo de crisis*. Barcelona: JMB Brosch.
- Padilla, S. (2018). Marketing político en las elecciones presidenciales mexicana de 2018: las estrategias de AMLO. *Econografos Escuela de la Admoinitracion y Contaduria Publica* .
- Peck, J. (19 de 12 de 2012). *Neoliberalismo y crisis Actual* . Obtenido de Documentos y Aportes en Administracion Publica y Gestion Estatal: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337530223001>
- Rey, I. C. (2013). *Comunicación Política & Campañas Electorales en América Latina*. Madrid, España: Biblos/Politeia.
- Reyes Montes, M. C., O'Quinn Parrales, J. A., Morales y Gómez, J. M., & Rodríguez Manzanares, E. (2011). Reflexiones sobre la Comunicación Política. *Espacios Publicos*, vol. 14, núm. 30 , 85-101.
- Rodriguez, J. L. (2020). Violencia de genero hacia las mujeres en loe medios: estudio de las ca,paññas electorales, 2018 en México. *AP AgendaPolítica. Revista de discentes de ciencia política* , 27-39.
- Ruiz, E. S. (2005). *Medios de la comunicación y Democracia*. Bogota, Colombia : Grupo Editorial Norma.
- Salazar, F. (2004). Globalizacion y Politica Neoliberal en México. *El cotidiano*, vol. 20, núm. 126, julio -agosto.
- Sartori, G. (2008). *La democracia en 30 lecciones* .
- SARTORI, G. (2018). *La Democracia en 30 Lecciones*. Ciudad de México: Debols!llo.
- Soto, L. A. (2002). Neoliberalismo y Globalización Económica. *Revista Contaduría y Administración*, No. 205, abril - junio , 13-26.
- Tagle, J. A. (2016). Movimientos colectivos y grupos de interes: el caso de MORENA. *XI.Acción colectiva y movimientos sociales*, 381-395.
- Touraine, A. (1994). *Que es la Democracia?* México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

- UNIR La Universidad de Internet. (9 de febrero de 2022). *La Universidad de Internet*.
Obtenido de Comunicación Política: Características, claves e importancia:
<https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/comunicacion-politica/>
- Vela, J. P. (2008). Sistema Político Mexicano: Desarrollo y Reacomodo del Poder.
Iberóforum. Revista de Ciencia de la Universidad Iberoamericana, vol. III, núm. 6,
Julio., 131 - 148.
- Virginia García Beaudoux, O. D. (2005). *Comunicación política y campañas electorales
estrategias en elecciones presidenciales*. Gedisa editorial.