

Las “mañaneras” de Andrés Manuel López Obrador como escena de enunciación y proceso de politización

José Luis Sánchez Ramírez
UNIVERSIDAD POMPEU FABRA

Resumen: El presente ensayo aborda las conferencias de prensa, llamadas “mañaneras”, como estrategia comunicativa y como un proceso de politización en la sociedad mexicana, generados por Andrés Manuel López Obrador en tanto garante de enunciación (Maingueneau, 2010), que tienen como característica una puesta en escena del espectáculo político en la que se encuentran distintos sujetos del lenguaje con condiciones psicosociales de identidad, así como posiciones a favor y en contra reflejadas en la opinión pública y atravesadas por lo simbólico, lo normativo y lo mediático.

Abstract: This essay unfolds from the morning press, called “mañaneras”, as a communicative strategy and politicization process in Mexican society, generated by Andrés Manuel López Obrador, guarantor of enunciation (Maingueneau, 2010), whose characteristic is the staging of the political spectacle, where there are different subjects of language with psychosocial conditions of identity, as well as positions for and against reflected in public opinion, crossed by the symbolic, normative and media.

Las conferencias de prensa matutinas, también llamadas “mañaneras”, han sido utilizadas por Andrés Manuel López Obrador como estrategia de comunicación. Con ellas ha marcado directa e indirectamente la agenda política y mediática en México al generar politización, entendida como uno de los efectos principales del espectáculo político (Edelman, 1960), dentro de la sociedad mexicana.

De acuerdo con Pérez y Cuna (2006), desde el 6 de diciembre de 2000, López Obrador, como Jefe de Gobierno del entonces Distrito Federal —ahora Ciudad de México—, ya tenía reuniones con su gabinete y llevaba a cabo entrevistas informales; pero fue hasta mayo de 2001, cuando la conferencia de prensa matutina se hizo oficial.

Nájar (2019) menciona que, con las “mañaneras”, el entonces Jefe de Gobierno ganó popularidad, lo que permitió su primera postulación como candidato presidencial en las elecciones de 2006. Con este antecedente, al ganar las elecciones presidenciales del 2018, López Obrador decidió continuar con esta estrategia comunicativa desde el inicio de su gobierno el 1 de diciembre de ese mismo año.

Es de suma importancia reconocer la manera en que el gobierno mexicano ha reconfigurado las estrategias de comunicación política a partir de las plataformas digitales y las lógicas mediáticas del espectáculo, teatralizadas desde Palacio Nacional, lugar simbólico y escenografía de enunciación, donde se invita a la participación ciudadana a través de los medios de comunicación y las redes sociodigitales, así como de *hashtags*, códigos QR, comunicados, entre otros.

Ethos discursivo, situación de comunicación y proceso de politización

El *ethos* se muestra en el acto de enunciación; no se dice en el enunciado; es el cómo, y no el qué, asociado a una manera de decir (Maingueneau, 2010) en el que interviene la mímica, la vestimenta, los gestos y la postura. Ante una situación de este tipo, se construye el *espacio de intercambio* de los actores sociales a través del contrato de interacción en el cual encontramos las condiciones psicosociales de identidad y las posiciones de reconocimiento mutuo. Se está ahí para comunicar *qué* como finalidad de todo acto de comunicación (Charaudeau, 1993; 2006).

El *ethos* del *garante* (Maingueneau, 2010) es la representación de sí mismo atribuido por el 'carácter' —rasgos psicológicos—, la 'corporalidad' —complexión física, vestimenta formal—, la manera de hablar y de moverse en el espacio social frente al auditorio o los usuarios y las cámaras de televisión o los dispositivos móviles. La presencia es transmitida desde los gestos, la sonrisa y el comportamiento del cuerpo para presentarse en una escenografía válida a través de su misma enunciación. De acuerdo con Maingueneau (2010: 212),

La escenografía es así a la vez aquello de donde viene el discurso y lo que engendra este discurso, ésta legitima un enunciado que, a su vez, debe legitimarla, debe establecer que esta escena de donde viene la palabra sea precisamente *la* escena requerida para enunciar en tal circunstancia.

El *garante*, como ser social, corresponde con un '*ethos* prediscursivo' (Charaudeau y Maingueneau, 2005: 247); es decir, la imagen previa que el auditorio tiene del orador y que funciona como fundamento de la imagen que el locutor construye en su discurso. De esta manera, se produce la puesta en escena del *decir* la estrategia comunicativa con la intención de crear efectos de discurso en la construcción e interpretación del *hacer* por parte del auditorio, ya sea consciente o inconscientemente.

El *contrato de comunicación*, entendido como el conjunto de condiciones en que se realiza todo acto de comunicación (Charaudeau y Maingueneau, 2005), atribuye a los sujetos los lugares y roles que ocupan como protagonistas en función de los elementos de la relación situacional en la que se representa el dominio del saber acerca del cual se trata el

intercambio (Charaudeau, 1993, 2006; Charaudeau y Maingueneau, 2005). Se está ahí, se habla desde el escenario enunciativo como marco espacio-temporal para informar al auditorio sobre temas actuales y relevantes.

En este caso, “la enunciación le confiere una ‘corporalidad’ al *garante*, el destinatario la incorpora para permitir la constitución de un cuerpo, de una comunidad imaginaria de quienes se adhieren al mismo discurso” (Maingueneau, 2010: 211). De acuerdo con Edelman (1964), el lenguaje no es una actividad más, sino la clave del universo del hablante y de la audiencia. Una vez efectuada esta operación, el lenguaje se convierte en símbolos que activan respuestas de pasividad o de excitación en los públicos masivos (López y Chihu, 2011) lo que resulta en una politización en la audiencia.

Según López y Chihu (2011), para Edelman la politización indica un interés en el espectáculo político; pero que no es indicador de la formación de un juicio más racional acerca de la actividad política, sino del comportamiento del público masivo en términos de su vinculación emocional con los objetos y discurso políticos. Por lo tanto, Edelman (1960) sostiene que la mayoría de los individuos muestra dos tipos de necesidades psicológicas indispensables: la de ajuste social por pertenecer a un grupo social semejante, y la exteriorización de problemas no resueltos, lo cual se refiere a la necesidad de proyectar problemas privados hacia un objeto o actor externo al cual culpabilizar.

Las “mañaneras” como escena de enunciación

La dinámica de las “mañaneras” como conferencias o ruedas de prensa consiste en presentar de forma mediática temas de coyuntura, programas sociales (Nájar, 2019) y la agenda política del gobierno de Andrés Manuel López Obrador a partir de opiniones, imágenes, personajes y acontecimientos simbólicos en la historia de México. De acuerdo con Balandier (1999: 152), “actuar mediáticamente es, ante todo, hacerlo mediante la palabra y la imagen y recurrir para ello a los vehículos de lo espectacular y de una construcción de lo real basada en la puesta en escena”. En otras palabras, son los signos simbólicos mediante los cuales el presidente ofrece de sí mismo una imagen para que los mexicanos se identifiquen empáticamente.

De esta manera, López Obrador y su equipo de estrategia comunicativa aprovechan el alcance y el impacto que pueden tener sus mensajes en la opinión pública al comunicarse a diario con la ciudadanía y la prensa en el ejercicio de un cargo público. De acuerdo con Bourdieu (1985: 22),

No se trata sólo de comunicar, sino de hacer reconocer un nuevo discurso de autoridad, un nuevo discurso con un nuevo vocabulario político, con sus términos de identificación y referencia, sus metáforas, sus eufemismos, y la representación del mundo social que vehicula.

A partir de ese momento, las “mañaneras” se volvieron escena de enunciación y parte de la cotidianidad en la sociedad mexicana, y marcaron la agenda política del país. Así, el discurso es legitimado debido a la situación en la que es pronunciado. De acuerdo con Bourdieu (1985: 71), el discurso “debe ser pronunciado en una situación legítima y por la persona legitimada para pronunciarlo”.

También encontramos que, dentro de esta estrategia comunicativa, “se producen definiciones sociales, identidades y límites, reconocidos por otros que comparten la creencia colectiva propuesta por la institución materializada en símbolos y signos” (López, 2005: 82). Podemos observar el uso material y simbólico que se distribuye en estas conferencias, desde la producción de imágenes, símbolos, *hashtags*, y una serie de discursos ideológicos transmitidos principalmente a través de canales institucionales y plataformas digitales de YouTube y Facebook Live a través de los que buscan afirmar su legitimidad. De acuerdo con Balandier (1999: 19),

Es el pasado colectivo, elaborado en el marco de una tradición o de una costumbre el que se convierte en fuente de legitimidad. Constituye entonces una reserva de imágenes, de símbolos, de modelos de acción; permite emplear una historia idealizada, construida y reconstruida según las necesidades y al servicio del poder actual.

Este tipo de conferencias llevan una carga política y simbólica, por parte del enunciante de las “mañaneras”, que ha constituido un proceso de politización en la sociedad mexicana, así como sujetos textualizados y atravesados por múltiples códigos, lenguajes y textos; es decir, como relaciones que establecen los distintos sujetos entre sí con las instituciones como prácticas y discursos que se validan a través de su misma enunciación (De la Peza, 2003). Para Balandier (1999: 23), “esta teatralidad representa, en todas las acepciones del término, la sociedad gobernada. Se muestra como emanación suya, le garantiza una presencia ante el exterior, le devuelve a la sociedad una imagen de sí idealizada y aceptable”.

En cuanto López Obrador, como ser de discurso y ser social, enuncia su discurso, transmitido en los distintos medios de comunicación, se acepta o rechaza de manera masiva, algunas veces inconscientemente –o no–. Por lo tanto, el *contrato comunicativo* (Charaudeau, 1983, 1993, 2002, 2006) entre él y la sociedad mexicana, hace evidente una disputa de sentido y politización.

Asimismo, las *circunstancias* se organizan como un “dispositivo escénico”; contexto coyuntural de la situación de comunicación en la cual se encuentran los sujetos del lenguaje y en la que también ocurre el contrato de los medios de comunicación masiva. Podemos observar al presidente desde distintas tomas visuales de ubicación, de tipo medio y de primer plano en la televisión, así como en planos de corta duración del panel, el auditorio y los periodistas. De acuerdo con Charaudeau (1993: 57), “el juego de los encuadres y de la sucesión de planos contribuyen a construir los efectos positivos o negativos de las estrategias discursivas y de los procesos de intercambio”. Por ello, las tomas reproducidas en los medios sociodigitales y las televisoras tienen un papel fundamental en la transmisión del discurso y en el proceso de politización de la sociedad mexicana.

Disputas de sentido y politización

En las “mañaneras” encontramos la escena de producción y reproducción de un discurso oficial, que busca legitimarse y que se ha replicado ininterrumpidamente durante casi tres años de forma espectacular y dramática, hasta volverse parte de la cotidianidad en la sociedad mexicana. Las conferencias son portadoras de múltiples dimensiones simbólicas y disputas de sentido dentro de un mismo espacio-tiempo y provocan, en algunos casos, cambios temporales o permanentes en la actitud de los sujetos y en la constitución de sus subjetividades, así como en su posición política.

Andrés Manuel López Obrador, como enunciador que encarna la estrategia comunicativa de las “mañaneras”, inviste los objetivos racionales y los deseos subjetivos de la agenda política que constituyen su compromiso personal de comunicación para producir efectos en el otro ya sea a favor o en contra. Sabe que está obligado a pasar por las normas de la situación de intercambio de comunicación en la que se encuentra, misma en la que el otro –la sociedad en su conjunto– se ha inscrito. Por ello, existe una relación de reconocimiento recíproco y contractual. Ésta es portadora, por un lado, de un acuerdo mutuo y, por otro, de una marcada oposición ideológica reflejada en la opinión pública. Ambas han contribuido a la identificación, el reconocimiento, los efectos y la disputa de sentido debido a la politización en la sociedad.

Fuentes

- Balandier, G. (1999). *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Ediciones Akal.
- Charaudeau, P. (1983). Una teoría de los sujetos del lenguaje. *Discurso. Cuadernos de Teoría y Análisis*, núm. 7, México: UACPP del Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM, pp. 53-67.
- Charaudeau, P. (1993). El dispositivo socio-comunicativo de los intercambios lingüísticos. *Discurso. Cuadernos de Teoría y Análisis*, núm. 15, México: UACPP del Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM, pp. 43-58.
- Charaudeau, P. (2002). ¿Para qué sirve analizar el discurso político?. *DeSignis*, 2. Buenos Aires: Gedisa.
- Charaudeau, P. (2006). El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: normas psicosociales y normas discursivas. *Opción* 22 (49), pp. 38-54.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- De la Peza, M. (2003). Las trampas de los estudios de recepción y opinión pública. Saintout, F. y Ferrante, N. (Comps.). *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 31-55.
- Edelman, M. (1960). Symbols and Political Quiescence. *The American Political Science Review*, vol. 54, núm. 3, pp. 695-704.
- Edelman, M. (1964) *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois Press.
- López, Á. (2005). Los rituales y la construcción simbólica de la política. Una revisión de enfoques. *Sociológica*, vol. 20, núm. 57, enero-abril, 2005, UAM, pp. 61-92.
- López, A. y Chihu, A. (2011). Símbolos, lenguaje y espectáculo en la democracia: el escepticismo político de Murray Edelman. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, Vol. XVIII No. 50, Enero/ Abril de 2011, pp. 101-139.
- Maingueneau, D. (2010). El enunciador encarnado. La problemática del *Ethos*. *Versión*, 24, UAM-X, pp. 203-225.
- Nájar, A. (31 de enero de 2019). Las “mañaneras” de AMLO: cómo son las tempraneras conferencias con las que López Obrador marca la agenda política de México. *BBC Mundo*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47066862>
- Pérez, L. y Cuna, E. (2006). El posicionamiento político de AMLO a partir de la estrategia de comunicación social del Gobierno del Distrito Federal. *El Cotidiano*, vol. 21, núm. 138, julio-agosto, UAM-A, pp. 88-100.