

## **Relación gobierno federal-medios de comunicación y su impacto en la formación de la opinión pública en México, en el marco de la elección de 2024.**

Tanto para el observador especializado, como para el ciudadano común no pasó desapercibida la relación tirante entre el gobierno de AMLO con los medios de comunicación, fueron varios los comunicadores que denunciaron que el presidente desde la mañanera difamaba, calumniaba y estigmatizaba “descaradamente” a ciertos opinadores como Aguilar Camín, Krauze o a periodistas como Loret de Mola y Gómez Leyva.

La mañanera se convirtió en un espacio de disputa entre gobierno y opinadores, incluso no es exagerado calificarla como “guerra de narrativas”, por ello, se analizan las relaciones entre el gobierno AMLO y los medios de comunicación, así como los efectos en la formación de la opinión pública en temas de política.

El trabajo está estructurado en cuatro apartados, en el primero hacemos una recapitulación de la relación del gobierno federal con los medios de comunicación, analizamos como los gobiernos del PRI influían en la formación de la opinión pública a través de los medios de comunicación, expresiones como las de Emilio Azcárraga Milmo, en la que se define como “soldado del presidente”, ejemplifican el tipo de relación de subordinación que había entre gobierno y medios de comunicación.

En el segundo apartado del trabajo abordamos la relación entre gobierno y medios de comunicación a través de las asignaciones de recursos públicos para cubrir gastos en el ramo de Servicios de comunicación social y publicidad, los cuales se contabilizan en el capítulo 3600 de la Cuenta Pública. En el estudio seleccionamos 13 agencias gubernamentales que son: Poder legislativo, Oficina de la presidencia, Poder judicial, Gobernación, SHCP, SEDENA, SCT, SEP, Salud, Marina, SEMARNAT, INE e IFETEL. Los hallazgos son útiles para entender la relación gobierno-medios de comunicación.

En el tercer apartado describimos que la mañanera de AMLO le imprimió a la política de comunicación un sello particular, así se convirtió en instrumento de comunicación entre gobierno y sociedad, donde los medios fueron excluidos.

En el cuarto apartado estudiamos la opinión ciudadana sobre temas políticos desde 1998 a 2023, para ello retomamos las mediciones de opinión que realizó ISA en ese período, las variables utilizadas son: 1. ¿Está satisfecho o insatisfecho en como funciona la democracia en México? y 2. ¿Cómo considera la situación que vive el país en lo económico? Los resultados del análisis son muy interesantes y quizá nos aporten elementos para entender con mayor precisión los resultados de la elección federal de 2024. Finalmente, hay una sección de conclusiones.