

# Conferencia de prensa mañanera de AMLO y la cultura de la cancelación

*AMLO's morning press conference and the cancel culture*

*Conferência de imprensa AMLO e a cultura do cancelamento*

Razón  
y Palabra

e-ISSN: 1605 -4806

VOL 26 N° 113 enero - abril 2022 Monográfico pp. 196-201

Recibido 15-12-2021 Aprobado 28-04-2022

**Rafael G. Vargas Pasaye**

México

Ibero León

rafaelvargasasaye@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2154-6083>

## Resumen

La cultura de cancelación es un concepto que si bien es reciente en su uso, no así en su forma y fondo. La dinámica actual de la sociedad, los medios de comunicación y sobre todo las redes sociales la han puesto en el debate de manera notoria, y un ejemplo se da en la conferencia de prensa mañanera que todos los días brinda el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO).

Esta conferencia de prensa mañanera de AMLO es un ejemplo de la cultura de cancelación, pero también una lección de comunicación política que se basa en la repetición, en la eficiente puesta en escena y en el esfuerzo de mantenerse vigente. Además, puede inscribirse en el análisis de la comunicación con su particularidad en discursos de odio, *fake news* y redes sociales.

**Palabras clave:** comunicación, conferencia mañanera, cultura de la cancelación.

## Abstract

Cancel culture is a recently used concept, but not in its form and substance. The current dynamics of society, the media and especially social networks come to the debate in a notorious way, and an example is given in the morning

press conference that the president of Mexico, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), gives every day.

AMLO's morning press conference is an example of the cancel culture, but also a lesson in political communication that is based on repetition, efficient staging and the effort to stay current. In addition, is in the analysis of communication with its particularity in hate speech, fake news and social networks.

**Key words:** communication, morning press conference, cancel culture.

### Resumo

A cultura do cancelamento é um conceito que, embora seja recente em seu uso, não o é em sua forma e substância. A dinâmica atual da sociedade, os meios de comunicação e principalmente as redes sociais colocaram-no no debate de forma notória, e um exemplo é dado na coletiva matinal que o presidente do México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), dá todos os dias .

A conferência de imprensa AMLO desta manhã é um exemplo da cultura do cancelamento, mas também uma lição de comunicação política que se baseia na repetição, na encenação eficiente e no esforço para se manter atualizado. Além disso, você pode se inscrever na análise da comunicação com sua particularidade em discurso de ódio, notícias falsas e redes sociais.

**Palavras-chave:** comunicação, coletiva de imprensa matinal, cancelar cultura.

## Introducción

Edixela Burgos y Gustavo Hernández Díaz en *La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario?* señalan que “la cancelación nace por las interacciones entre diferentes actores, interacciones mediadas por las características discursivas de la plataforma y también sometidos a las estructuras propuestas y moldeadas” (Burgos y Hernández, 2021, p. 19).

Se parte del hecho de que para que exista una cancelación primero debe haber una relación y luego una interacción. La relación no necesariamente debe ser personal, sino simplemente reconocer la existencia de la contraparte, esto es, si se va a cancelar a alguien se debe saber que ese alguien existe primero, luego señalarlo y en ese orden ya poder cancelarlo.

Eliminarlo del entorno en el terreno legal puede ser, por ejemplo, en específico a través de una orden de restricción, y en términos menos legales cuando se elimina a alguien de un directorio telefónico o de la lista de invitados a una fiesta.

Sin embargo, en cuanto al término más actual de cultura de cancelación tenemos invariablemente que involucrar a los medios de comunicación, el internet y las diferentes dinámicas de lucha de derechos, feminismos, y correcciones políticas, por ejemplo las series y programas de televisión del tipo *Big Brother* o *El juego del calamar*.

Aunque vale la pena recordar que los juegos de la fortuna funcionan desde hace mucho tiempo y para muestra la lotería mexicana donde al momento de elegirse un ganador existen a la par varios perdedores que no cancelados, pero la dinámica de los concursos tanto familiares como televisivos hace que se conozcan a los participantes y de una u otra forma se vayan eliminando hasta quedar un solo ganador.

Siguiendo con esta lógica se puede ver que se cancela a quienes van quedando sin posibilidades de ganar, eso es obvio, y en algunos casos es a través de un jurado que decide quien sigue en la contienda, un jurado que hace mayoría, ya sea en el mismo programa o a través de dinámicas donde puede el público participar.

Vale la pena subrayar que si bien se selecciona un ganador, también el jurado y la gente selecciona a uno o varios no ganadores. A alguien que se le cancela la posibilidad de ganar de acuerdo con las reglas señaladas. Más allá de conocer al ganador, se subraya la importancia de la dinámica y enseñanza para que la gente y su participación activa de alguna u otra forma en esa dinámica hacer ganar y hacer perder a alguien.

Esto es, la gente tanto en lo individual como en lo colectivo ha practicado la selección del ganador y del no ganador, y ese saber de manera natural lo saca a colación cuando se expresa de forma masiva por ejemplo desde la turba, en una dinámica social como la que se está viviendo cada vez más con la llegada de las redes sociales, espacio natural donde se lleva a cabo el gran choque de los mundos, del mundo real y el mundo virtual, pasando por la aduana de lo moral, la credibilidad, el pulso social. Hoy la cultura de la cancelación parece que logra enmarcar a la turba, la jauría que dictamina el juicio mediático por encima del juicio legal.

Para algunos pensadores los medios on line ya forman parte de la sociedad pues entrecruzan las vidas fuera del mundo virtual de los individuos, “al igual que hacen con el funcionamiento de los grupos, organizaciones e instituciones. Estos medios de comunicación están integrados en las relaciones de poder predominantes, aunque sus usos también pueden estar en conflicto con los poderes hegemónicos vigentes”. (Dahlgren, 2011: 3)

Se vuelve un tema de realidades y percepciones, “cuando más se preocupa el individuo por la realidad que no está disponible para la percepción, más debe concentrar su atención en las apariencias” (Goffman, 1959, p. 7). Porque para ser candidato a ser cancelado en ocasiones la reputación ayuda a evitarlo, pero en otras ni con eso se alcanza la deseada salvación.

Esto se debe a que gracias a los teléfonos celulares, a la inmediatez de las redes sociales, a lo adictivo que es estar en ese universo virtual, buena parte del tiempo y el esfuerzo se va en esa otra realidad, que no es alterna sino complementaria, pero que cada vez absorbe más.

Una de las claves es la inmediatez de la viralización, la cual puede o no ser en el momento justo del acto, baste como ejemplo del entonces Director de Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Iván Ruiz García quien en un programa de radio de la misma UNAM aseguró que “el fe-

minicidio es un acto de amor” (*El Financiero*, 27 de agosto de 2021) y un mes después luego de la presión social promovida por la viralización del contenido de ese programa de radio, fue objeto de la cultura de la cancelación llegando incluso a ser cesado de sus funciones.

Lo que, como se señaló antes, lleva al gran debate moderno de juicio mediático que no tiene nada que ver con el juicio legal. El camino del legal es el de las leyes, reglamentos, juzgados, mientras que el mediático depende del ánimo de las redes, el linchamiento puede ser tan brutal que el límite llegue a ser desde un mal rato, el cierre de una cuenta o perfil, hasta la desestabilidad emocional o el suicidio. De allí su peligro.

Conferencia mañanera como ejemplo de la cultura de cancelación

Desde los primeros días de diciembre de 2018 en el salón de la tesorería de Palacio Nacional en la Ciudad de México se lleva a cabo la conferencia de prensa mañanera encabezada por el presidente Andrés Manuel López Obrador, actividad que se puede registrar como la punta de lanza de su estrategia general de gobierno y, por ende, de la estrategia de comunicación gubernamental.

Este ejercicio circular, como lo llama el mandatario, es un esfuerzo de reconstrucción del espacio público que ha hecho para lograr que su mensaje penetre en la mayoría de las esferas sociales del país.

Ha conseguido en buena parte su objetivo puesto que se ha vuelto la máxima tribuna de dispersión de temas, y a su vez, desde allí señala los posibles opositores a su proyecto, así como a los detractores o intentos de sabotadores de su ruta en la consecución de lo que ha llamado la cuarta transformación.

Al ser a primera hora la conferencia, siete de la mañana, y al contar tanto en el foro dispuesto para ello de manera física pero sobre todo con la cobertura mediática y en redes sociales e internet, logra su segundo objetivo, marcar la agenda con sus temas, la agenda setting al servicio del ejecutivo.

En el ejercicio de transmisión y difusión participan los medios de comunicación públicos que dependen del gobierno, así como los medios tradicionales como prensa, radio y televisión, además de los medios digitales nativos, y desde sus inicios, también participan integrantes de la blogósfera que se identifican como youtubers quienes cuentan con canales en la plataforma YouTube.

La estructura de la conferencia de prensa se puede dividir en tres tiempos: empieza el presidente hablando del tema que desea, posterior cede la palabra a algún funcionario o invitado, y al final abre la ronda de preguntas y respuestas con los reporteros o representantes de los medios. Es de destacar que hay días fijos para ciertas temáticas particulares: los lunes *¿Quién es quién en los precios?*, los martes *El pulso de la salud*, los miércoles *¿Quién es quién en las mentiras?*, por mencionar algunos.

La dinámica, la forma y el fondo responde a los de otros mandatarios populistas (Urbanati, 2018) pero en lo que respecta al tema de la cultura de la cancelación podríamos enumerar al menos tres puntos que son los que de primera mano el presidente López Obrador tiene para su explotación:

1. Decidir a quien dar la palabra. Dejando con ello sin posibilidades a quienes él no desea se expresen en ese foro.
2. Responder de acuerdo con su estrategia. No importa la pregunta, si el mandatario no la desea responder lo expresa tal cual o se recarga en la expresión conocida como *los otros datos* cancelando un posible debate pues la información ya no es el tema, sino quién tiene la razón.
3. Señalar quién dice la verdad. El citado espacio llamado *¿Quién es quién en las mentiras?* cuyo objetivo es desvelar a personas o grupos opositores al gobierno, de acuerdo con el mismo gobierno, y en su mayoría periodistas.

De esta forma en tres años se ha pasado de buscar reconstruir el espacio público, a buscar controlar la agenda, a intentar dictaminar la verdad, y todo en un manto religioso que soporta el tema de la moralidad, las expresiones del tipo *No somos iguales, nosotros no robamos*, y similares se enuncian en ocasiones sin fundamento, y ante las pruebas el argumento de los otros datos, o el no respondo, hace que el debate se cancele.

A todo ello hay que sumar el gran apoyo en redes sociales digitales con el que cuenta el presidente en diferentes frentes y desde hace años, lo han demostrado en sus pasadas campañas electorales (2006, 2012 y sobre todo 2018), esos grupos sin menoscabo, y sin preguntar, simplemente recibiendo instrucciones pueden empezar una campaña de desprestigio o de cancelación hacia quien se ordene, sobre todo a quien ha sido declarado o descrito como enemigo del presidente.

Esta fórmula ha sido estudiada por Sigma Lab del Instituto Tecnológico de Educación Superior de Occidente:

es posible suponer, con criterios cuantitativos y cualitativos, estrategias metodológicas de monitoreo crítico y generación de capas de profundidad, que la #RedAMLOVE es una operación sofisticada de producción de narrativas políticas a través de, por lo menos, tres dimensiones: Replicación automatizada de contenido. Ataques y confrontación. Producción de agenda y encuadre [...] Uno de los efectos de los ataques coordinados y masivos sobre usuarios que discrepan o difunden información juzgada como anti-amlo por parte de esta red, es que contribuye a generar una imagen negativa de los seguidores de AMLO. Pues varios mensajes son altamente ofensivos o incluyen amenazas (SignaLab, 2019).

Ya habíamos vivido en México un ejemplo gubernamental de la cultura de la cancelación con el libro *Aura* de Carlos Fuentes, en tiempos de Salvador Abascal en la secretaría de Gobernación, las cancelaciones que se sustentan en lo políticamente correcto. “En la cultura de la cancelación, no hay una búsqueda de la verdad, se habla más de venganzas y de la negación del otro” (Burgos y Hernández, 2021, p. 150).

## Conclusiones

En el proceso de cancelación vale la pena preguntar quiénes son o qué pasa con los cancelados. Porque, de una vez hay que decirlo, la cultura de la cancelación cae en eso que se ha dado por llamar lo políticamente correcto, los ultracorreccionistas que orillan hasta que se pierda el sentido del humor cuando se habla, cuando se comparte, cuando se corteja.

La cancelación moderna digital quizá sea consecuencia de la modernidad líquida (Bauman, 2017), o del cansancio (Han, 2012). Además, podríamos decir que antes, las primeras cancelaciones eran para gente visible, con cierto reconocimiento, con popularidad, con algunos elementos diferenciadores, pero cada vez más notamos que son los ciudadanos normales, los maestros universitarios que dan clases vía remota, los cobradores en una caja registradora, los conductores de transporte público, quienes son receptores de este tipo de acciones.

Vale la pena subrayar que sí se puede enfrentar a la cultura de la cancelación con más debate, con confrontación de ideas por encima de los gritos, apelando no ya a tener la razón sino a acrecentar argumentos. Ahora parece que es obligatorio tomar un bando, saberse de algún lado, ponerse una camiseta aunque no se comprendan las reglas del juego, la dinámica del *estás conmigo* o *estás contra de mi* permea en todo el universo virtual. Y eso no abona al debate.

La conferencia de prensa mañanera del presidente Andrés Manuel López Obrador es un gran ejemplo de la cultura de cancelación. Pero sobre todo una lección de comunicación política que se basa en la repetición, en la eficiente puesta en escena y en el esfuerzo de mantenerlo vigente, esto es de manera diaria con variantes para seguir siendo atractivo al gran público.

Por último no está de más la pregunta: ¿La dinámica de la cancelación se detiene con la cancelación misma, o sólo es un paso más o un paso menos a algo más?

## Referencias

- Bauman, Zygmunt (2017). *Modernidad líquida*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Burgos, Edixela y Hernández, Gustavo. (2021) *La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario?* en Comunicación estudios venezolanos de comunicación, No. 193, págs. 143-155. Universidad Católica Andrés Bello.
- Dahlgren, P. (2011). "Jóvenes y participación política. Los medios en la Red y la cultura cívica". *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, pp. 1-11.
- El Financiero. *UNAM despide a director de Estéticas que dijo que 'feminicidio es acto de amor'*, <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/08/27/unam-despide-a-director-de-esteticas-que-dijo-que-feminicidio-es-acto-de-amor/> recuperada el 13 de diciembre de 2021.
- Fuentes, Carlos (1962). *Aura*, México: ediciones ERA.
- Goffman, Erving (1969). *The presentation of Self in Everyday Life*, London: Penguin.
- Han, Byung-Chul (2012). *La sociedad del cansancio*, México: Herder.
- Signa\_Lab ITESO (2019). *Democracia, libertad de expresión y esfera digital. Análisis de tendencias y topologías en twitter. El caso de la #redamlove* publicado el 28 de febrero 2019 en [https://signalab.iteso.mx/informes/informe\\_redamlove.html#footnote-03](https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html#footnote-03)
- Urbinati, Nadia (2020). *Yo, el pueblo. Cómo el populismo transforma a la democracia*, México: INE/Grano de Sal.