

# La calidad deliberativa del espacio público mexicano en el sexenio de 2018-2024

*The Deliberative Quality of the Mexican Public Sphere in the Period of 2018-2024*

Felipe Carlos Betancourt Higareda\*

## Resumen

El presente artículo resalta la importancia de un espacio público de alta calidad deliberativa y epistémica para garantizar la estabilidad de la democracia mexicana en el sexenio de 2018-2024. En este sentido, sostiene que dicha calidad depende de la puesta en práctica de condiciones comunicativas en el espacio público mexicano: la situación ideal de la expresión, el diálogo cívico y la ética del discurso. Posteriormente, discute evidencia que indica que México está experimentando desafíos serios para desarrollar un espacio público de calidad, así como para garantizar la justa agrupación de preferencias en decisiones electorales y políticas. Por último, el presente artículo sugiere medidas para mejorar la calidad

**Artículo** recibido el 3 de febrero de 2021 y aceptado para su publicación el 7 de julio de 2021. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 43-74



---

\* Doctor en Ciencia Política (DPhil) Profesor de tiempo completo en la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), adscrito al Sistema Nacional de Investigadores, nivel I. Sus líneas de investigación son derecho constitucional comparado, democracia, teoría política, procesos de democratización. Correo electrónico: febetancourth@uaemex.mx

deliberativa y epistémica del espacio público mexicano, así como la legitimidad democrática de los procesos de toma de decisiones electorales y políticas dentro del Estado constitucional mexicano.

**Palabras clave:** democracia mexicana, espacio público, calidad deliberativa y epistémica.

## Abstract

The present paper highlights the importance of having a public sphere of high deliberative and epistemic quality to guarantee the stability of Mexican democracy during the period of 2018-2024. It asserts that such quality depends on the practice of communicative standards in the Mexican public sphere: the ideal speech situation, civic dialogue and discourse ethics. Through qualitative methodology this paper discusses evidence suggesting that Mexico is currently experiencing serious challenges in developing a public sphere of this kind, as well as in assuring fair aggregation of preferences at electoral and political decision-making processes. Finally, this paper suggests some policies that might improve the deliberative and epistemic quality of the Mexican public sphere and the democratic legitimacy of electoral and political decision-making processes within the Mexican Constitutional State.

**Keywords:** Mexican Democracy, Public Sphere, Deliberative and Epistemic Quality.

## Introducción

*¿Qué debemos entender por la calidad deliberativa del espacio público?*

La teoría de la democracia deliberativa se ha convertido en el marco conceptual referente en relación con el espacio público y una toma de decisiones colectivas ideales dentro de un Estado constitucional, ya que, con base en este fundamento normativo, la Constitución y las leyes deberían crearse

a través del intercambio de argumentos abierto, inclusivo y respetuoso de representantes populares, orientado al bien común de la comunidad política, con el fin de lograr un consenso racional, o al menos una mayoría absoluta o calificada, dependiendo del caso, en las instituciones representativas del Estado constitucional, para que dicho marco jurídico goce de legitimidad democrática (Mansbridge, 2007, p. 251).

Por tal motivo, una de las características centrales de una democracia consolidada es que posee un espacio público *vibrante* en el que los ciudadanos pueden informarse y reflexionar con plena libertad y responsabilidad sobre sus asuntos públicos. De hecho, desde la antigua Grecia, diversos filósofos argumentaron la necesidad de la responsabilidad, del conocimiento recto, de la reflexión y de la virtud para que los ciudadanos pudieran tomar decisiones colectivas acertadas y así contribuir eficazmente a la prosperidad de sus ciudades-Estado (Aristóteles, 1965, p. 119).

Para lograr esta ambiciosa meta educativa se vuelve necesaria la construcción de un espacio público que respete y promueva los principios democráticos (libertad, igualdad, autoridad y bien común) en la toma colectiva de decisiones del Estado constitucional, principalmente en la creación de las leyes que gobiernan a la respectiva comunidad política. Ahora bien, diversos filósofos defensores de la democracia deliberativa han propuesto las condiciones comunicativas que precisamente promueven estos principios en dicha toma de decisiones, sobre todo en los procesos de creación de leyes.

La primera de estas condiciones es la situación ideal de la expresión (*ideal speech situation*), la cual ha sido definida por el filósofo político James Bohman (1996, p. 120) como

una situación ideal de igualdad comunicativa entre deliberantes en la que todos los participantes disfrutan de igualdad de oportunidades para hablar, iniciar cualquier clase de declaración o interacción, y adoptar cualquier papel en el diálogo o en la comunicación respectiva.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Esta traducción al castellano se basa en el siguiente texto original en inglés: "An ideal situation of communicative equality among deliberators in which all speakers enjoy equal chances to speak, to initiate any type of utterance or interaction and to adopt any role in communication or dialogue".

La segunda de estas condiciones es el diálogo cívico, el cual ha sido definido por Jane Mansbridge (2007, p. 254) como “la acción predeliberativa de compartir información sobre perspectivas propias”.<sup>2</sup> No obstante, una vez que los participantes en una colectiva toma de decisiones del Estado constitucional, como la creación de leyes, gozan de una situación ideal de la expresión y ejercen el diálogo cívico, es necesario que pasen al siguiente nivel de comunicación política para que dicha toma de decisiones adquiera un carácter democrático: la práctica de la ética del discurso en sus procesos deliberativos.

En efecto, a través de su teoría de la acción comunicativa, Jürgen Habermas (1996, p. 230) propuso una ética del discurso con el objetivo de proporcionar un marco referencial para alcanzar un espacio público y una toma de decisiones políticas de alta calidad democrática, a través del aseguramiento de su carácter deliberativo. Dicha ética del discurso consiste en lo siguiente:

- a) Los participantes en la deliberación deben justificar sus propuestas y proposiciones a través de argumentos;
- b) Dichos participantes deben respetar apropiadamente los diferentes argumentos proporcionados en la respectiva deliberación;
- c) De igual forma, deben estar abiertos a la participación de otros deliberantes;
- d) También deben ser honestos y realmente hablar en serio lo que dicen;
- e) Aún más, deben formular sus argumentos en relación con el bien común;
- f) Por último, deben pretender un consenso racional, aunque por el momento finalicen su deliberación a través de una decisión mayoritaria (Steiner *et al.*, 2004, pp. 1-40).

No obstante, estas condiciones comunicativas, en el espacio público y dentro de las instituciones deliberativas del Estado constitucional, deben estar orientadas a la justa agrupación de preferencias, la cual constituye una

---

<sup>2</sup> Esta traducción al castellano se basa en el siguiente texto original en inglés: “predeliberative act of sharing information about perspectives”.

condición *necesaria* para una auténtica toma de decisiones democrática en el ámbito de una democracia representativa. La justa agrupación de preferencias ha sido definida por Mansbridge (2007, p. 263) como “un criterio regulador que prescribe igual poder para cada participante en los procesos de toma de decisiones”<sup>3</sup> colectivas.

En este sentido, todo ciudadano de un Estado constitucional democrático de derecho debería ser educado en estas condiciones comunicativas: la situación ideal de la expresión, el diálogo cívico, la ética del discurso y la justa agrupación de preferencias para participar en el espacio público y tomar decisiones políticas en forma democrática.

Por otra parte, para lograr un espacio público e instituciones representativas de alta calidad deliberativa, es necesario fomentar la virtud cívica, el conocimiento apropiado de los asuntos públicos, así como la independencia económica de los ciudadanos, ya que estas condiciones culturales y económicas facilitan que dichos ciudadanos puedan formular argumentos de alta calidad, en relación con el bien común de su respectiva comunidad política, y que puedan influir positivamente en el resultado de la opinión pública y de la toma de decisiones de dichas instituciones representativas (Rawls, 1999b, pp. 397-405).

Con base en este marco teórico, un espacio público de alta calidad deliberativa constituye aquel ámbito, físico o virtual, en el que una ciudadanía discute de forma respetuosa, libre, abierta, racional e inclusiva sus asuntos públicos, y forma su opinión a partir de argumentos orientados al bien común, con el propósito de determinar su futura actitud política, en congruencia con sus convicciones construidas a través del diálogo cívico y el debate racional en dicho espacio público (Habermas, 1989, pp. 213-214).

De esta manera, la presencia de un espacio público de alta calidad deliberativa es crucial para la calidad de una democracia, ya que es, principalmente, a través del diálogo cívico y del debate racional en este espacio público, como los ciudadanos ejercen sus diversas garantías individuales

---

<sup>3</sup> Esta traducción al castellano se basa en el siguiente texto original en inglés: “a regulative criterion that prescribes equal power for each participant in decision-making processes”.

y libertades civiles, con el propósito de influir positivamente en la calidad epistémica de la toma de decisiones del Estado constitucional (Rawls, 1999a, pp. 93-94).

Debido a esta circunstancia, desde una perspectiva normativa, debería existir una fuerte asociación entre la alta calidad deliberativa del espacio público y la calidad epistémica de las decisiones electorales de los ciudadanos, ya que la alta calidad deliberativa del espacio público potenciaría la libertad y la prudencia de los ciudadanos en sus decisiones electorales.

De esta manera, la alta calidad deliberativa del espacio público fomentaría la madurez, la independencia y el debido juicio de los ciudadanos en sus posiciones políticas, y de esta forma ser menos propensos a la manipulación ideológica de cualquier tipo.

Por otra parte, cuantos más ciudadanos participen en el diálogo cívico y el debate racional en el espacio público con el propósito de alcanzar el bien común de su comunidad política, más democrática será la formación de la opinión pública. En este aspecto, la situación ideal de la expresión, el diálogo cívico y la ética del discurso deberían constituir el punto de partida de la participación cívica en el proceso de formación de la opinión pública.

No obstante, en la realidad, el proceso de formación de la opinión pública y de la toma de decisiones de las instituciones representativas es influido por redes de intereses privados, por la egoísta búsqueda del poder, de la riqueza y del dominio sobre los demás, y esta condición humana obviamente hace que la situación ideal de la expresión, el diálogo cívico, la ética del discurso y la justa agrupación de preferencias se vuelvan un ideal conjunto muy difícil de alcanzar dentro de cualquier Estado constitucional.

En la vida real, muchos políticos no sólo tienden a no practicar o respetar estas condiciones comunicativas en el espacio público o dentro de las instituciones representativas de un Estado constitucional, sino que usualmente ejecutan estrategias indignas, tanto en el proceso de formación de la opinión pública como en los procesos de toma de decisiones políticas, para así obtener más fácilmente el respaldo popular a su agenda de gobierno.

Por lo anterior, no todo espacio público de un formal Estado constitucional democrático de derecho posee un carácter auténticamente democrático, principalmente por falta de consideración o respeto a los diferentes

puntos de vista que se proporcionan en dicho espacio, o porque los procesos de formación de opinión pública tienden a desarrollarse estratégicamente, es decir, a través de la manipulación de emociones, la censura arbitraria a los opositores o el injusto silenciamiento de voces críticas.

Debido a esta circunstancia, es importante distinguir entre mera propaganda política y una auténtica deliberación democrática en el espacio público, ya que la primera es propia de regímenes autoritarios o de baja calidad democrática, y comprende la difusión de una ideología-dogma, la imposición de una sola perspectiva en la política, el desprecio de otros puntos de vista o la descalificación moral de los opositores, estrategias comunicativas que no coadyuvan a la calidad epistémica de la toma de decisiones del Estado constitucional.

De esta manera, para aumentar la calidad deliberativa y epistémica de un espacio público, la calidad de sus condiciones comunicativas (situación ideal de la expresión, diálogo cívico y ética del discurso) debe desarrollarse previamente en dicho espacio.

Esto significa que un auténtico régimen democrático requiere, en primer lugar, de una transformación estructural de su espacio público, para que la sociedad en su conjunto pueda, en primer lugar, intercambiar, respetuosa, inclusiva y civilizadamente, sus perspectivas sobre los asuntos de interés público (es decir, puedan practicar la situación ideal de la expresión y el diálogo cívico), para posteriormente intercambiar argumentos e información pertinente de forma abierta, libre, respetuosa, reflexiva y con orientación al bien común (es decir, puedan deliberar practicando la ética del discurso), con el fin tomar las mejores decisiones que conduzcan a la prosperidad del Estado constitucional (Habermas, 1989, pp. 213-214).

No obstante, como se afirmó anteriormente, para alcanzar una ideal toma de decisiones democrática del Estado constitucional, es necesaria la formación ética e intelectual de alta calidad de los miembros de sus instituciones representativas, aparte del dinamismo reflexivo de su espacio público (Aristóteles, 1965, pp. 223-225).

En este sentido, es necesario regresar a la visión clásica de la política como una actividad honorable, concedida a una persona debido a sus méritos cívicos, lo que significa que los ciudadanos deben dialogar o deliberar

en el espacio público la idoneidad para la comunidad de un determinado candidato que pretende ocupar un cargo de elección popular, a través de la apreciación objetiva de su capacidad, honestidad o lealtad a la comunidad política para gobernarla apropiadamente (Aristóteles, 1948, p. 147).

Por otro lado, la formación ciudadana para un espacio público de alta calidad deliberativa exige tiempo, esfuerzo, dedicación, muchos recursos logísticos y financieros de las autoridades de un Estado constitucional, no obstante, una vez que los ciudadanos sean educados apropiadamente, estarán en mejores condiciones de contribuir epistémicamente en la toma de decisiones electorales o políticas de su Estado constitucional.

## **La relación entre la alta calidad deliberativa del espacio público y el comportamiento electoral**

A lo largo de los siglos xx y xxi se han propuesto diferentes teorías para explicar el comportamiento electoral dentro de regímenes democráticos, desde la *elección racional* hasta el *contexto social*, pasando conjeturas sobre *redes sociales*, *medios de comunicación* e, incluso, la influencia de la *ideología* (Montecinos, 2007, pp. 9-22). No obstante, hasta el momento no se ha investigado suficientemente la asociación entre la alta calidad deliberativa del espacio público y el correspondiente comportamiento electoral dentro de un régimen democrático formal.

En realidad, el comportamiento electoral es influido por múltiples factores, tanto externos como internos a cada ciudadano, sin embargo, determinadas condiciones económicas, sociales y culturales podrían ser más decisivas en la interpretación de los asuntos políticos, las cuales conducirían al ciudadano a respaldar a determinados partidos o candidatos a puestos de elección popular.

En este sentido, México y Latinoamérica experimentan diversas condiciones socioeconómicas y culturales que afectan sustancialmente los procesos de formación de opinión pública, e impactan de manera decisiva en el comportamiento electoral de sus ciudadanos, por ejemplo, altos niveles de



analfabetismo, pobreza extrema, extensas desigualdades socioeconómicas, considerables niveles de corrupción pública, etcétera.

Por lo anterior, la promoción de la calidad deliberativa del espacio público se vuelve una condición necesaria para aumentar la calidad de cualquier democracia, a través de la mejora de la situación ideal de la expresión, del diálogo cívico y de la ética del discurso, para que la opinión pública pueda formarse reflexivamente y permita posteriormente una justa agrupación de las preferencias electorales que se refleje dentro de las instituciones representativas del Estado constitucional.

De lo contrario, si la opinión pública se forma solamente a través de *propaganda política*, sin incorporar en el espacio público los componentes del ideal procedimiento deliberativo mencionado en el párrafo anterior (situación ideal de la expresión, diálogo cívico, ética del discurso y justa agrupación de preferencias), los procesos electorales y la toma de decisiones de las instituciones representativas del Estado constitucional estarían seriamente comprometidos, ya que carecerían de la suficiente reflexión o razón pública (Rawls, 1999a, pp. 93-131).

En este sentido, la alta calidad deliberativa y epistémica en la formación de la opinión pública promueve la libertad política, ya que a través de dicha calidad los ciudadanos adquieren mejor información y criterio para exigir cuentas a sus respectivas autoridades (Parkinson, 2006, p. 179). Además, dicha calidad deliberativa y epistémica puede neutralizar los efectos negativos de un *pensamiento emocional* en la argumentación política, y al mismo tiempo fomentar una mayor conciencia, prudencia y madurez de los ciudadanos en sus decisiones electorales.

Por otro lado, un mejor proceso de formación de la opinión pública, a través de prácticas deliberativas, permitiría que los ciudadanos evaluaran a fondo las propuestas, las trayectorias, el desempeño y la idoneidad de los candidatos para cargos de elección popular, y proporcionaría a los ciudadanos un mejor criterio para sus decisiones electorales (Kurpius y Mendelson, 2002, p. 588).

De igual forma, la alta calidad deliberativa del espacio público promovería que, mediante la constante reflexión, los ciudadanos evaluaran, de

manera más justa y exhaustiva, la sensatez de los planes de gobierno, la confiabilidad de un candidato y la coherencia de sus promesas (Kurpius y Mendelson, 2002, p. 588).

No obstante, una condición necesaria para alcanzar dicha alta calidad deliberativa es el acceso abierto y transparente a información veraz, imparcial, objetiva y completa sobre la situación real de la nación (Hughes y Lawson, 2004, p. 83). Esto implica que dicha calidad debe orientarse a mejorar el conocimiento de los ciudadanos sobre los asuntos públicos, así como su disposición ética para buscar el bien común, y ambas condiciones deben, en definitiva, promover que tomen decisiones sensatas en materia electoral.

## Preguntas de investigación

Una vez proporcionado un marco teórico conceptual básico para el presente artículo, su respectiva pregunta de investigación es ¿en qué medida se promueven la situación ideal de la expresión, el diálogo cívico y la ética del discurso (elementos de un ideal proceso deliberativo), en el espacio público mexicano, con el objetivo de alcanzar una justa agrupación de preferencias en los procesos electorales federales de 2021 y 2024, y en las instituciones representativas del Estado constitucional mexicano?

En caso de que estos elementos se promuevan apropiadamente en dicho espacio público, ¿esta situación podría neutralizar el impacto de un enfoque propagandístico en la configuración de la opinión pública y en los resultados de los procesos electorales del Estado constitucional mexicano?

Para responder a estas preguntas de investigación, se recurrirá al análisis de redes sociales y al rastreo interpretativo del proceso causal.

## Métodos de investigación

### *Análisis de redes sociales*

Con el objetivo de conocer la estructura de las alianzas del actual gobierno federal mexicano con los dueños de medios de comunicación masiva y periodistas de alto perfil, quienes actualmente están apoyando la amplia difusión e interpretación favorable, en el espacio público mexicano, del discurso y políticas públicas de la actual administración federal de México, en este trabajo se utilizará el análisis de redes sociales, respaldado por evidencia documentada en información periodística.

De igual forma, este análisis está orientado a la comprensión de los obstáculos al diálogo cívico, a la situación ideal de la expresión y a la ética del discurso dentro de los medios de comunicación masiva aliados al actual gobierno federal mexicano.

Por otra parte, este enfoque nos posibilitará identificar el trabajo relacional específico (Samford, 2015, p. 9) (Ward *et al.*, 2011, p. 245), entre el actual gobierno federal mexicano y los dueños de los principales medios de comunicación masiva en nuestro país. ¿Cuál es su intercambio específico detrás de su vínculo social? ¿Qué ganan dichos dueños y periodistas de alto perfil al apoyar la Cuarta Transformación de México?

En este sentido, este análisis nos concederá modelar un mecanismo causal interpretativo que pueda explicar cómo y por qué la popularidad de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” sigue siendo competitiva entre los mexicanos, a pesar de la cuestionable calidad epistémica de su discurso y del pobre desempeño de su actual gobierno.

### *Rastreo interpretativo del proceso causal*

Una vez que se realice el análisis anteriormente mencionado, el presente trabajo de investigación propone un *rastreo interpretativo del proceso causal* (RIPC) (Norman, 2015, p. 4) para identificar el *mecanismo* causal interpretativo (en el que algunos medios de comunicación masiva jugarían un papel

crucial), por el cual la Coalición “Juntos Hacemos Historia” goza de una sana y competitiva popularidad, a pesar de la falta de resultados favorables en las diversas dimensiones de la vida pública nacional.

Para empezar, la presente investigación argumenta que este específico mecanismo causal se fundamenta en una *intersubjetiva significación* positiva del discurso oficial y de las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México, y es precisamente esta clase de interpretación popular la que prevalece en el espacio público mexicano, y que la oposición política pretende transformar en los procesos electorales de 2021 y 2024.

Por lo anterior, para comprender detalladamente dicho mecanismo causal, es indispensable tomar en cuenta los *antecedentes* sociales, ideológicos, culturales, económicos y políticos de los simpatizantes de la Cuarta Transformación de México, ya que este *background* es el que motiva que consideren que su discurso y políticas públicas oficiales tienen sentido o que constituyen el diagnóstico y la medicina apropiada para la realidad mexicana.

Por último, el *rastreo del proceso causal* (Beach y Pedersen, 2013, 2016) de la competitiva popularidad de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” podría coadyuvar al diseño de políticas públicas que contribuyeran a la alta calidad epistémica del espacio público mexicano, a través de la promoción del contexto económico, social, cultural, político e ideológico de los mexicanos.

## Hallazgos

### *Análisis de redes sociales*

A continuación, se presentan en forma sintética los principales hallazgos de este análisis.

El entonces candidato presidencial de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” —formada por Movimiento Regeneración Nacional (Morena), el Partido del Trabajo (PT), el Partido Encuentro Solidario (PES) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM)—, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), ganó las elecciones de 2018 con el apoyo de una poderosa red de

dueños de medios de comunicación masiva, empresarios y periodistas de alto perfil (véase figura 1). Quizá el más destacado propietario de medios de comunicación masiva que apoyó abiertamente su nominación presidencial fue Ricardo Salinas Pliego, presidente de TV Azteca (S/A, 2018, párr. 16; Camacho Acevedo, 2018; Redacción, 2018).

Al respecto, Salinas Pliego propició una cobertura amplia y positiva del discurso, actividades proselitistas y propuestas del candidato presidencial de esta coalición electoral, a través de su red nacional de TV Azteca, mucho antes del inicio formal del proceso electoral federal de 2018 (véase, por ejemplo, López Obrador, 2017; Celis, 2018).

Por otra parte, Esteban Moctezuma Barragán, presidente de Fundación Azteca y uno de los socios más cercanos de Salinas Pliego, trabajó también con Andrés Manuel López Obrador a lo largo de sus actividades de precampaña y campaña presidencial (Vergara, 2017, único párrafo) para ser posteriormente nombrado secretario de Educación Pública de México.

Aún más, el intercambio de favores entre el candidato de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” y Salinas Pliego se hizo abiertamente evidente, una vez que el primero asumió la Presidencia de México, ya que, una vez en el poder, concedió a Banco Azteca (propiedad de Salinas Pliego) el privilegio de administrar la entrega de algunos programas sociales, lo que ha beneficiado enormemente los intereses comerciales del dueño de este banco (Juárez, 2020, primer párrafo).

Por otro lado, Andrés Manuel López Obrador también contó con el apoyo del propietario, altos ejecutivos y periodistas de alto perfil de Televisa, todavía la principal empresa de medios de comunicación masiva de México; aunque su lazo fue oculto, ya que la colaboración entre Emilio Azcárraga Jean y este candidato presidencial no se evidenció abiertamente, sino a través del suegro del primero, Fastlicht Sacker (SUN, 2018, primer párrafo).

No obstante, el impacto de este *lazo social* se hizo sentir en el espacio público mexicano notoriamente: Televisa cubrió las actividades de precampaña y de campaña del candidato presidencial de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” en términos favorables, sin cuestionar seriamente su discurso ni sus propuestas de política pública; esta estrategia difirió signi-

ficativamente de la de TV Azteca, pero, al final, fue tan eficaz como esta última en posicionar a este candidato presidencial.

Además, Emilio Azcárraga Jean incluso prestó el Estadio Azteca a este candidato para cerrar sus actividades de campaña presidencial, y le ofreció importantes recursos humanos, económicos y tecnológicos para realizar con éxito su respectiva ceremonia de clausura de actividades de campaña (López Obrador, 2018).

La relación cercana entre Azcárraga Jean y el candidato presidencial de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” se hizo más evidente cuando, una vez en el poder, el encuentro del presidente Andrés Manuel López Obrador con Jared Corey Kushner, yerno del expresidente estadounidense Donald Trump, tuvo lugar en la mansión del ejecutivo más importante de Televisa (Bernardo Gómez), pero el contenido completo de la reunión no fue revelado al público (Redacción AN / IR, 2019).

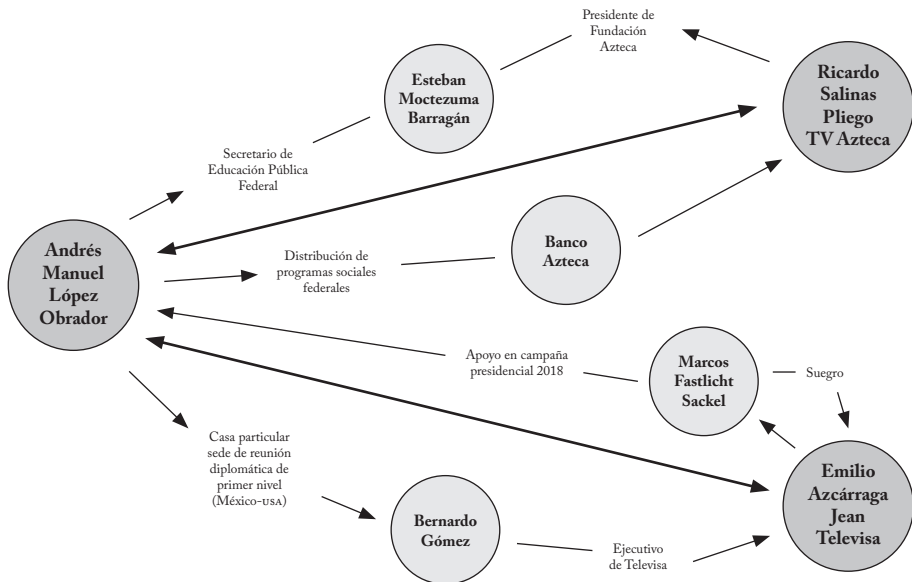
Además de los dueños, altos ejecutivos y presentadores de noticias de las dos empresas de medios electrónicos más importantes de México, otros propietarios y periodistas de alto perfil de televisión por cable, como *El Financiero* o *Milenio*, y de empresas radiofónicas, como *Radio Fórmula*, concedieron amplias líneas editoriales favorables al candidato presidencial de la Coalición “Juntos Haremos Historia”, durante las etapas de precampaña y campaña electorales, y no lo cuestionaron tan duramente como lo hicieron con Ricardo Anaya o José Antonio Meade, sus más serios competidores en las elecciones presidenciales de 2018 (Pérez, 2018a, 2018b, 2018c; Navarro, 2018).

Entonces, ¿cómo se podría conceptualizar el *lazo social* dentro de esta poderosa red de apoyo mediático a la actual administración federal de México? La presente investigación la define como una *red clientelar*, mediante la cual se garantizan mutuamente los intereses de las más importantes empresas de comunicación masiva, así como la estabilidad del actual gobierno federal mexicano (Hughes y Lawson, 2004, p. 85).

Esta *red mediática*, integrada por dueños y periodistas de alto perfil de medios de comunicación masiva electrónicos e impresos, debe tenerse en cuenta en el modelo del mecanismo causal “interpretativo” de la competi-

tiva popularidad de la ahora Coalición “Juntos Hacemos Historia”, a pesar del pobre desempeño del actual gobierno federal y de la cuestionable calidad epistémica de su discurso.

**Figura 1. Red de apoyo mediático a Andrés Manuel López Obrador (dueños de las principales televisoras de México)**



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, esta poderosa red mediática constituiría un enorme obstáculo para la construcción de la situación ideal de la expresión, de la ética del discurso y del diálogo cívico en el espacio público mexicano, lo cual incidiría negativamente en la calidad epistémica de la opinión pública, así como de la toma de decisiones electorales en nuestro país.

No obstante, algunos estudiosos consideran que, más que la influencia de esta poderosa *red mediática*, fue la materialización de un escenario económico, social, político y moral adverso en México lo que contribuyó deci-

sivamente en el comportamiento electoral de los mexicanos en el proceso electoral federal de 2018.

Empero, este pequeño *análisis de redes sociales* sugiere la extraordinaria dificultad de alcanzar un ideal procedimiento deliberativo en el espacio público mexicano, ya que, como se afirmó con anterioridad, esta red mediática dificultaría la situación ideal de la expresión, la ética del discurso y el diálogo cívico en dicho espacio, aparte de que el actual marco jurídico mexicano, que regula la propiedad de estos medios de comunicación masiva, dificulta su conducta imparcial y objetiva.

Por ejemplo, las leyes federales que regulan la radio y la televisión mexicanas no impiden su concentración oligopólica, ni tampoco su control a través de estrategias de cooptación, lo cual limita considerablemente la independencia y la objetividad de sus líneas editoriales (Hughes y Lawson, 2005, pp. 9-25).

Debido a estas circunstancias, un nuevo marco constitucional que fomenta una mayor apertura y competencia entre medios de comunicación *comerciales*, y mayor financiamiento independiente para los medios de comunicación *públicos, comunales e indígenas*, fortalecería una estructura más democrática del espacio público mexicano, lo que también podría favorecer su mayor calidad deliberativa y epistémica (Lawson, 2002, pp. 112-137).

En otras palabras, la reforma constitucional necesaria para fomentar los componentes de un ideal procedimiento deliberativo en el espacio público mexicano (situación ideal de la expresión, la ética del discurso y el diálogo cívico) debería garantizar mayor apertura y mejor competencia entre los medios de comunicación masiva *comerciales*, así como un mayor financiamiento independiente de los medios de comunicación masiva *no comerciales*.

## **Rastreo interpretativo del proceso causal** *(Interpretative process tracing)*

Para empezar, el presente trabajo de investigación parte de la premisa de que el proceso causal de la competitiva popularidad del actual presidente de México debe ser abordado desde una perspectiva de largo plazo, ya



que se ha desarrollado a través de muchos años. No obstante, el elemento central de dicho proceso causal consiste en que los antecedentes sociales, políticos, culturales y económicos de muchos mexicanos favorecieron la recepción positiva de su discurso político.

En otras palabras, estas condiciones provocaron que, durante el proceso electoral de 2018, muchos mexicanos estimaran que su interpretación sobre la realidad política mexicana tenía sentido. Este tipo de apreciación incrementó el respaldo popular a sus propuestas, así como la identificación con sus causas, especialmente la relacionada con la batalla entre el “pueblo bueno y sabio” y la “mafia del poder”.

De esta forma, el tipo de rastreo utilizado en el presente trabajo de investigación para identificar el mecanismo causal específico que explica la competitiva popularidad del actual presidente de México y de su Coalición “Juntos Hacemos Historia”, es de naturaleza interpretativa, ya que parte de la premisa de que el proceso causal se fundamenta en la interpretación popular e *intersubjetiva*, en relación con el *significado* de la actividad política en México en nuestros días: la batalla entre el “pueblo bueno y sabio” y la “mafia del poder”.

No obstante, este significado sobre la participación en la actividad política mexicana sí se fortaleció como consecuencia de la percepción del agravamiento de la corrupción pública y del empobrecimiento de la población durante la era neoliberal (1982-2018), es decir, como corolario de la percepción de una política económica que beneficiaba principalmente a una élite y que, por esta razón, constituyó evidencia de la presencia de una “mafia del poder” en México.

Por otra parte, el presente trabajo de investigación reconoce que el mecanismo causal de esta competitiva popularidad posee también una naturaleza *estructural*, ya que deriva de un trasfondo psicológico e ideático de muchos mexicanos, resultado de su situación de extrema precariedad y de su consecuente necesidad de *esperanza*, en medio de una crisis social, económica y política de México muy seria.

De igual forma, diversos factores han contribuido a fortalecer dicha popularidad a través del tiempo, los cuales comenzaron a operar al menos dieciocho años antes de las elecciones presidenciales de 2018, cuando An-

drés Manuel López Obrador ganó las elecciones locales de la Ciudad de México en 2000, y poco a poco dichos factores provocaron una transformación cultural de muchos jóvenes mexicanos que no experimentaron la era posrevolucionaria del PRI (1928-2000), y que por lo mismo, se convirtieron en su más importante base electoral.

Es decir, los factores que han contribuido a la competitiva popularidad del presidente de México y su coalición electoral han estado operando desde hace mucho tiempo, y su efecto acumulativo se hizo patente hasta las más recientes elecciones presidenciales de 2018. En este sentido, en el contexto de una gran pobreza extrema, de serias desigualdades sociales y económicas, de una extensa corrupción e inseguridad públicas, muchos ciudadanos mexicanos se comportaron electoralmente de acuerdo con lo que “interpretaron” era la mejor estrategia o curso de acción para contrarrestar las prácticas opresivas de quienes percibieron como una élite política y económica que fue indolente con sus necesidades durante mucho tiempo.

En otras palabras, dichas circunstancias adversas motivaron a muchos ciudadanos mexicanos a *estimar* el discurso político y las propuestas de campaña del entonces candidato presidencial de la Coalición “Juntos Hacemos Historia” como “sensatos” para resolver su situación precaria y vulnerable, y a compartir ampliamente sus valores y principios de política social.

En este sentido, dada la situación de extensa corrupción, inseguridad y deficiente gestión gubernamental a nivel nacional en el *sexenio* de 2012 a 2018, muchos mexicanos buscaron con desesperación un líder político que, sin reservas, pudiera garantizarles un mejor futuro, y que pudiera resolver sus más graves problemas económicos y sociales.

Por todas estas circunstancias, un rastreo interpretativo del proceso causal (*interpretive process tracing*) de esta competitiva popularidad se consideró como una metodología cualitativa apropiada para el presente trabajo de investigación.

Ahora bien, este mecanismo causal podría describirse como una condición INUS (*parte insuficiente pero necesaria de una condición innecesaria pero suficiente*) (variable X) que fundamenta el significado positivo del discurso y políticas públicas de la Cuarta Transformación de México en la opinión pública mexicana (variable Y). Por otra parte, como mecanismo causal

complejo, la variable (X) (o condición INUS) pudiera incluir cualquier factor que contribuyera a esta interpretación popular positiva (Y).

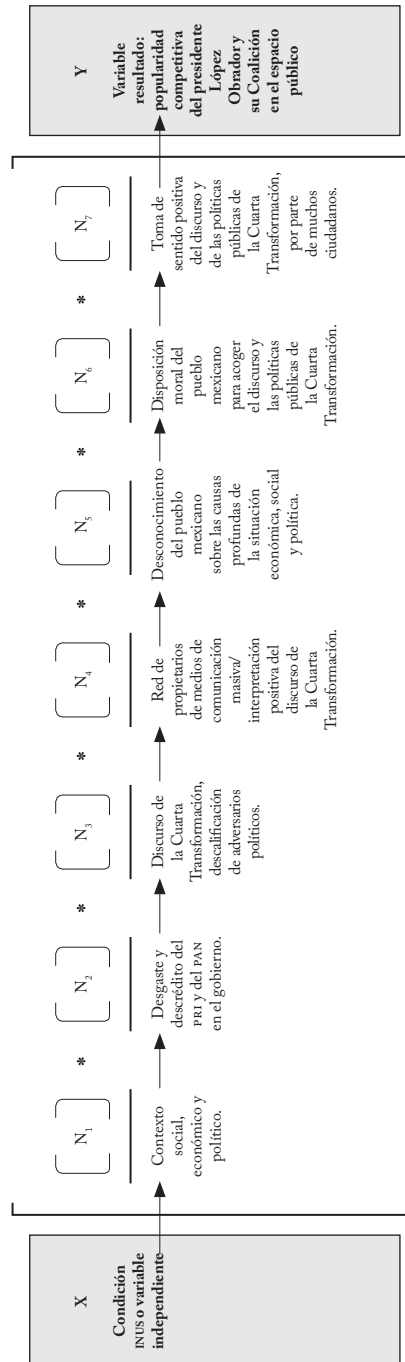
Por otra parte, no está de más recordar que este modelo se enfoca en explicar solamente un resultado *concreto, real y tangible* en el espacio público mexicano, más que un fenómeno político general observable en otros países de Latinoamérica o del mundo. Por lo anterior, la política social de la Cuarta Transformación, orientada a construir redes masivas de apoyo popular al gobierno federal actual, pudiera reforzar dicho resultado.

Además, este mecanismo causal también debería tomar en cuenta el grado de cumplimiento de las promesas de campaña del presidente de México, la situación de seguridad pública del país, la calidad de los servicios públicos, entre otras variables.

Empero, la presente investigación se enfoca en la influencia mediática en la apreciación popular sobre el desempeño de la Cuarta Transformación de México, y su principal argumento consiste en que una alta calidad deliberativa y epistémica del espacio público permitiría a los ciudadanos mexicanos adquirir herramientas críticas y analíticas apropiadas para evaluar objetiva e imparcialmente dicho desempeño.

En síntesis, dicho mecanismo causal complejo de la popularidad competitiva del presidente Andrés Manuel López Obrador podría modelarse como se aprecia en la figura 2.

Figura 2. Popularidad competitiva del presidente López Obrador



Fuente: Elaboración propia.

En el que de manera desglosada:

X: Representa la condición INUS (o variable independiente) que está integrada por (al menos) siete factores.

N<sub>1</sub>: Equivale a un contexto social, económico y político muy negativo en México.

N<sub>2</sub>: Significa el desgaste y el descrédito del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) como partidos en el gobierno.

N<sub>3</sub>: Entraña el discurso de la Cuarta Transformación de México que, por un lado, descalifica seriamente a sus adversarios políticos; y, por otro, difunde sus políticas públicas para enfrentar el actual contexto adverso nacional.

N<sub>4</sub>: Representa a la poderosa red de propietarios de medios de comunicación masiva y de periodistas de alto perfil que contribuyen a la interpretación positiva del discurso y de las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México.

N<sub>5</sub>: Significa el desconocimiento del pueblo mexicano sobre las profundas causas de su actual situación económica, social y política.

N<sub>6</sub>: Supone la disposición moral del pueblo mexicano para acoger el discurso y las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México.

N<sub>7</sub>: Equivale a la toma de sentido positiva del discurso y de las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México, por parte de muchos ciudadanos mexicanos.

Y (o variable resultado): Significa la competitiva popularidad del presidente López Obrador y de su Coalición “Juntos Hacemos Historia” en el espacio público mexicano.

Este modelo explicativo resalta la relación entre la cobertura mediática positiva del discurso y de las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México, con la competitiva popularidad del presidente de la república y su coalición electoral, lo que demostraría la todavía gran influencia de los medios de comunicación masiva en la conformación del espacio público mexicano.

Ciertamente, la explicación completa de esta popularidad puede ser más compleja, y podría involucrar más factores que los que se toman en cuenta en el modelo causal descrito en el presente artículo. No obstante, el principal propósito de este modelo es argumentar que, si la imparcialidad y objetividad de los medios de comunicación masiva se encuentra seriamente comprometida, la calidad deliberativa del espacio público mexicano se verá afectada, lo cual dificultará, de igual forma, la calidad epistémica de las decisiones electorales del pueblo mexicano.

En resumen, el contexto económico, social, cultural y político adverso del país, y la escasa calidad epistémica y deliberativa del espacio público mexicano, contribuyen a la popular toma de sentido positiva del discurso y de las políticas públicas de la Cuarta Transformación de México, persuadiendo, al mismo tiempo, a muchos mexicanos de que el PRI y el PAN constituyen la “mafia del poder”, contra la cual el “pueblo bueno y sabio” mexicano tiene que luchar con la ayuda de la Coalición “Juntos Hacemos Historia”.

## **La influencia mediática en la configuración del espacio público mexicano**

Como se afirmó anteriormente, el presente artículo destaca la influencia de los medios de comunicación masiva en la configuración del espacio público mexicano, por lo que no es extraño que el actual gobierno federal de México pretenda un control más estricto de la prensa, de la radio, de la televisión y de las redes sociales digitales (Twitter, Facebook, YouTube, etcétera), y que posea un enfoque propagandístico de sus decisiones gubernamentales.

En efecto, todavía se puede actualizar la amenaza de que importantes medios electrónicos e impresos apliquen su tradicional estrategia comunicativa con el propósito de controlar a los actores que llegarán al poder: *cobertura escasa y negativa y sobreexposición de sus escándalos de corrupción; combinada con una cobertura amplia y positiva de sus aliados, así como ocultamiento de sus escándalos de corrupción* (Lawson, 2002, pp. 52-55).

Por otra parte, podría existir una correlación significativa entre la perspectiva de baja calidad deliberativa y epistémica del espacio público y un

comportamiento electoral de inercia de los mexicanos. No obstante, dicha correlación podría implicar otra entre la prospectiva de baja calidad deliberativa y epistémica del espacio público y la regresión autoritaria del sistema político mexicano. Debido a esta circunstancia, de continuar dicha baja calidad, paradójicamente la Coalición “Juntos Hacemos Historia” tendría posibilidades reales de conservar su mayoría en el Congreso de la Unión en los procesos electorales federales de 2021 y 2024.

No obstante, ¿podría el activismo cívico a través de las redes sociales digitales ser la diferencia en los resultados de los procesos electorales de 2021 y 2024?

El primer escenario es que el ejercicio crítico de dicho activismo cívico podría aumentar la calidad epistémica del espacio público mexicano e informar más exacta y transparentemente sobre la actual situación política, social y económica del país, lo cual haría más reñida la competencia partidista por la mayoría en el Congreso de la Unión en el proceso electoral federal de 2021.

Empero, dicho activismo cívico podría, por otra parte, incrementar el abstencionismo electoral, ya que podría aumentar el desencanto ciudadano sobre la actividad política, y provocar que el voto duro de los partidos políticos fuera el que decidiera exclusivamente los respectivos resultados electorales, beneficiando indirectamente a la actual coalición electoral en el poder.

Por otra parte, este activismo cívico podría tener un efecto *boomerang* en el espacio público mexicano, debido a que muchos ciudadanos vulnerables o en condición de precariedad, que son *mayoría* en la población mexicana, podrían reforzar su interpretación de la realidad política, económica y social mexicana de acuerdo con el discurso oficial de la Cuarta Transformación de México, contribuyendo significativamente a la competitiva popularidad de la Coalición “Juntos Hacemos Historia”.

En cualquiera de estos tres posibles escenarios, la promoción de una auténtica cultura deliberativa en los medios de comunicación masiva y en las redes sociales digitales contribuiría sustancialmente a la calidad epistémica de las decisiones electorales de los mexicanos, independientemente de su sentido final.

## **El actual modelo de propiedad de los medios de comunicación masiva en México y su impacto en la configuración del espacio público**

México experimenta un problema estructural con respecto al modelo de propiedad de los medios electrónicos de comunicación masiva, tanto a nivel nacional como estatal, ya que su naturaleza oligopólica data de la era posrevolucionaria del PRI (1928-2000), la cual no se ha transformado satisfactoriamente en congruencia con la nueva era democrática del país (2000-2021) (Lawson, 2002, pp. 13-24; Wallis, 2004, pp. 118-130).

En este tenor, México requiere una reforma constitucional que fomente más eficazmente la libre competencia en la radio y la televisión comerciales, y al mismo tiempo permita el financiamiento independiente a la radio y televisión comunal y estatal, con el propósito de promover una mayor imparcialidad, objetividad y profesionalismo en su cobertura mediática de la actividad política nacional (Lawson, 2002, pp. 112-137). En otras palabras, para lograr una alta calidad deliberativa y epistémica del espacio público mexicano es necesaria una mayor independencia, libertad y competencia de los medios de comunicación masiva, ya que estos factores apoyarían su comportamiento objetivo e imparcial durante y fuera de los procesos electorales.

Por otra parte, esta reforma constitucional permitiría que los ciudadanos mexicanos tuvieran acceso a información más imparcial y objetiva en relación con los candidatos a puestos de elección popular, así como en relación con sus decisiones de gobierno. De esta forma, los ciudadanos podrían tomar decisiones electorales consistentes con un espacio público de mayor calidad epistémica.

Afortunadamente, los medios de comunicación masiva, tanto electrónicos como impresos, no controlan completamente la agenda del debate en el espacio público mexicano, ya que las redes sociales digitales, como Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram, etcétera, están crecientemente liderando el proceso de formación de la opinión pública mexicana, especialmente de la gente joven y de la clase media, la cual, a pesar de representar una minoría del electorado general mexicano, orienta con efectividad el debate en este espacio público.



En consecuencia, a pesar de la persistencia de las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador, las cuales son presentadas por el actual gobierno federal como un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas, pero interpretadas como propaganda política por sus adversarios, éstas no determinan absolutamente la agenda de debate del espacio público mexicano.

Así pues, ¿cómo impactará la política de comunicación social de la actual administración federal de México en la calidad deliberativa y epistémica del espacio público mexicano? A continuación, se presentan algunas reflexiones en relación con este impacto:

- a. En primer lugar, la abierta descalificación moral del gobierno federal mexicano a sus opositores no permite a los ciudadanos mexicanos juzgar con imparcialidad la conveniencia de una alternativa de política pública o de plataforma política, ya que a través de esta descalificación dicha alternativa está desacreditada *a priori*.
- b. De igual forma, dicha descalificación fomenta la polarización, la ausencia de diálogo cívico y la inconsideración de las posiciones opositoras. En este contexto, se vuelve imposible sostener un debate racional en el espacio público mexicano.
- c. Si la Cuarta Transformación de México llegara a determinar absolutamente la agenda de debate en el espacio público mexicano, dicha circunstancia ocasionaría que temas importantes fueran sustancialmente ignorados en dicho espacio. Esta circunstancia contradiría los principios de apertura e inclusión, propios del diálogo cívico y de la deliberación democrática en dicho espacio.
- d. El bajo nivel educativo generalizado de los mexicanos aumenta su vulnerabilidad ideológico-dogmática. Por lo anterior, un proceso de creación de opinión pública de alta calidad epistémica requeriría, en primer lugar, que los ciudadanos poseyeran un umbral de conocimiento sobre los asuntos políticos y económicos de su país, una apropiada disposición ética, así como suficientes habilidades intelectuales críticas y analíticas.

- e. Por otra parte, un sesgo profundo en la cobertura mediática sobre la Cuarta Transformación de México, y de su oposición política, dificulta la alta calidad epistémica de la opinión pública mexicana, ya que los ciudadanos mexicanos no disfrutaban de un acceso apropiado a información imparcial, objetiva y relevante, por lo que les resulta difícil evaluar con neutralidad la idoneidad de ciertas políticas públicas federales, así como de los diversos candidatos a puestos de elección popular.
- f. La descalificación moral a los críticos de la Cuarta Transformación de México, con el objetivo de neutralizar su impacto en la formación de la opinión pública mexicana, dificulta el ejercicio del pensamiento creativo y crítico de los ciudadanos para evaluar *objetivamente* las políticas públicas conducentes al bien común y al desarrollo de la nación mexicana.
- g. Adicionalmente, dicha descalificación moral magnifica el odio, el resentimiento y la polarización política, y subvierte los principios de respeto e inclusión en el diálogo cívico y el debate racional en el espacio público mexicano, los cuales son necesarios para la formación de una opinión pública de alta calidad deliberativa y epistémica.
- h. Por otra parte, si la Cuarta Transformación de México se convierte irreversiblemente en una ideología dogmática, afectará seriamente el diálogo cívico, así como la ética del discurso en el espacio público mexicano, ya que incrementará significativamente los prejuicios, la descalificación moral, así como las perspectivas autoritarias sobre la actividad política.

## Conclusiones

Una vez realizados los análisis contemplados para el presente trabajo, es posible emitir las siguientes reflexiones finales en relación con su principal pregunta de investigación.

La situación ideal de la expresión (*ideal speech situation*) no es promovida apropiadamente en el espacio público mexicano, por el contrario, se observa

una creciente polarización en la sociedad mexicana y entre los partidos políticos, derivada de la constante descalificación moral que realiza hacia los partidos opositores el actual gobierno federal mexicano. Esta circunstancia fomenta la falta de respeto y la indiferencia hacia las distintas posiciones y argumentos que los distintos actores políticos opositores presentan al actual gobierno federal para resolver los problemas nacionales.

De igual forma, esta circunstancia exagera en el espacio público mexicano las posiciones dogmáticas sobre la realidad mexicana, la interacción incivilizada entre los actores políticos, así como entre las organizaciones civiles. Esta situación podría socavar los fundamentos de la democracia mexicana, ya que, sin una interacción política basada en el respeto, la inclusión o en la buena fe, es difícil superar la polarización de la sociedad mexicana, y una sociedad polarizada puede ser presa fácil de un gobierno autoritario.

Por otra parte, la descalificación moral hacia los opositores de la Cuarta Transformación de México dificulta el diálogo cívico entre las distintas fuerzas políticas mexicanas. Esta situación impide que estas fuerzas encuentren un *piso común* para una apropiada toma de decisiones en relación con el desarrollo del país y, al mismo tiempo, intensifica el autoritarismo en dicha toma de decisiones. De esta forma, la ausencia de un diálogo cívico entre estas fuerzas políticas es otro síntoma más de la división de la sociedad mexicana, lo cual constituye una amenaza real a la estabilidad de su democracia.

Como es de esperarse, la práctica de la ética del discurso en el espacio público y en las instituciones representativas mexicanas está dañada por esta creciente polarización de la sociedad mexicana: los militantes y simpatizantes de la Cuarta Transformación de México justifican cada vez menos sus posiciones con argumentos orientados al bien común, y cada vez más con posturas ideológicas o dogmáticas. De igual forma, diversas fuerzas opositoras critican cuestiones personales del presidente Andrés Manuel López Obrador en lugar de enfocarse en presentar y defender un plan alternativo, creíble y viable de gobierno que convenza a los ciudadanos mexicanos por su calidad epistémica.

Por otra parte, se observa cada vez menos respeto a los argumentos presentados por distintas fuerzas políticas para la consecución del bien común de México y, por supuesto, no se percibe de muchos actores políticos la intención de alcanzar un consenso racional en ciertas decisiones torales de las instituciones representativas del país, y en algunos casos ni siquiera de lograr una mayoría legítima.

Debido a esta situación, también se ha vuelto más difícil alcanzar justas agrupaciones de preferencias tanto en los procesos de decisión política del Congreso de la Unión, como en futuros procesos electorales, ya que para obtener dichas preferencias, muchas veces se ha recurrido a la cooptación de partidos políticos, de sectores de la sociedad civil mexicana, así como de diversos organismos públicos autónomos, lo cual probablemente afectará la equidad en la agrupación de las respectivas preferencias de decisión electoral o política.



## Fuentes de consulta

- Aristóteles (1948). *Politics*. Oxford: Clarendon Press.
- Aristóteles (1965). *Nicomachean Ethics*. London: Penguin Books.
- Beach, Derek y Pedersen, Rasmus Brus (2013). *Process-Tracing Methods. Foundations and Guidelines*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Beach, Derek y Pedersen, Ramus Brus (2016). *Causal Case Study Methods. Foundations and Guidelines for Comparing, Matching, and Tracing*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Bohman, James (1996). *Public Deliberation, Pluralism, Complexity and Democracy*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Camacho Acevedo, José Luis (2018, 30 de mayo). “AMLO y Ricardo Salinas Pliego: dos visiones de México en un esfuerzo común”. *Quadratin*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de <https://jalisco.quadratin.com.mx/politica/amlo-y-salinas-pliego-dos-visiones-de-mexico-en-un-esfuerzo-comun/>
- Celis, Fernanda (2018, 1 de julio). “Debemos darle una oportunidad a López Obrador: Salinas Pliego”. *Forbes*. Recuperado el 27 de octubre, de <https://www.forbes.com.mx/debemos-darle-a-obrador-la-oportunidad-salinas-pliego/>
- Habermas, Jürgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of a Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, Jürgen (1996). *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Hughes, Sallie y Lawson, Chappell (2004). “Propaganda and Crony Capitalism: Partisan Bias in Mexican Television News”. *Latin America Research Review*, 39 (3), 82-105.
- Hughes, Sallie y Lawson, Chappell (2005). “The Barriers to Media Opening in Latin America”. *Political Communication*, 22, 9-25.
- Juárez, Édgar (2020, 1 de marzo). “Banco Azteca quiere entregar dinero de programas sociales a 8 millones de mexicanos”. *El Economista*. Recuperado el 8 de enero de 2020, de <https://www.economista.com.mx/sec->

- torfinanciero/Banco-Azteca-quiere-entregar-dinero-de-programas-sociales-a-8-millones-de-mexicanos-20200301-0037.html
- Kurpius, David D. y Mendelson, Andrew (2002). “A case study of deliberative democracy on Television: Civic Dialogue on C-SPAN Call in Shows”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79 (3), 587-601.
- Lawson, Chappell (2002). *Building the Fourth State. Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*. Londres: University of California Press.
- López Obrador, Andrés Manuel (2017). “AMLO en entrevista por TV Azteca Coahuila” [YouTube]. Recuperado el 31 de mayo de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=JwTbj3gUYE>
- López Obrador, Andrés Manuel (2018). “Cierre de Campaña AMLO en el Azteca” [YouTube]. Recuperado el 27 de junio de 2018, de [https://www.youtube.com/watch?v=2E\\_60R4Qsn4](https://www.youtube.com/watch?v=2E_60R4Qsn4)
- Mansbridge, Jane (2007). “Deliberative Democracy or Democratic Deliberation?”. En Shawn W. Rosenberg (ed.), *Deliberation, Participation and Democracy. Can the people govern?* Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Montecinos, Egon (2007, enero-abril). “Análisis del comportamiento electoral: de la elección racional a la teoría de redes”. *Revista de Ciencias Sociales*, 13 (1), 9-22.
- Navarro, María Fernanda (2018). “La Campaña 2018 estuvo plagada de escándalos”. *Forbes Política*. Recuperado el 26 de octubre de 2018, de <https://www.forbes.com.mx/la-campana-2018-y-sus-escandalos/>
- Norman, Ludvig (2015). “Interpretive Process Tracing and Causal Explanations”. *Qualitative and Multi-Method Research*, 13 (2), 4-8.
- Parkinson, John (2006). “Rickety Bridges: Using the Media in Deliberative Democracy”, *British Journal of Political Science*, 36 (1), 175-183.
- Pérez, Juan Ricardo (2018a, 7 de febrero). “¿Cómo cubren y valoran los medios a los presidenciables?”. *El Financiero*. Recuperado el 9 de enero de 2021, de <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/como-cubren-y-valoran-los-medios-a-los-presidenciables>.
- Pérez, Juan Ricardo (2018b, 6 de junio). “AMLO, al que más cubren los medios; Meade el de más positivos”. *El Financiero*. Recuperado el 9 de enero de 2021, de <https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/amlo-al-que-mas-cubren-meade-el-de-mas-positivos>

- Pérez, Juan Ricardo (2018c, 20 de junio). “Negativa, casi el 50 % de la cobertura de Anaya por caso Barreiro”. *El Financiero*. Recuperado el 8 de enero de 2021, de <https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/negativa-casi-el-50-de-la-cobertura-de-anaya-por-caso-barreiro>
- Rawls, John (1999a). “The Idea of Public Reason”. En James Bohman and William Rehg (eds.), *Deliberative Democracy* (pp. 93-131). Cambridge, Massachusetts y Londres: The MIT Press.
- Rawls, John (1999b). *A Theory of Justice*. Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard University Press.
- Redacción (2018, 28 de mayo). “AMLO elogia a Salinas Pliego: tiene dinero, pero también dimensión social”. *Proceso*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de <https://www.proceso.com.mx/nacional/2018/5/28/amlo-elogia-salinas-pleigo-tiene-dinero-pero-tambien-dimension-social-dice-205808.html>
- Redacción AN / IR (2019, 20 de marzo). “En casa de Bernardo Gómez, la reunión AMLO-Kushner (video)”. *Aristegui Noticias*. Recuperado el 8 de enero de 2021, de <https://aristeguinoticias.com/2003/mexico/envivola-manerade-amlo-conferencia-de-prensa-del-presidente-lopez-obrador-20-03-19/>
- S/A (2018, 1 de julio). “¿Qué tan cercana es la relación entre AMLO y el dueño de TV Azteca?”. *Arena Pública*. Recuperado el 2 de enero de 2021, de <https://www.arenapublica.com/articulo/2018/08/01/12825/que-tan-cercana-es-la-relacion-entre-amlo-y-salinas-pleigo>
- Samford, Steven (2015). “Structure, Meaning and Network Causality”. *Qualitative and Multi-Method Research*, 13 (2), 9-12.
- Steiner, Jurg; Bächtiger, André; Spörndli, Marcus; y Steenbergen, Marco (2004). *Deliberative Politics in Action: Analysing Parliamentary Discourse*. Nueva York: Cambridge University Press.
- SUN (2018, 3 de junio). “Suegro de Emilio Azcárraga acompaña a López Obrador en mitin”. *El Informador*. Recuperado el 8 de enero de 2021, de <https://www.informador.mx/mexico/Suegro-de-Emilio-Azcarraga-acompana-a-Lopez-Obrador-en-mitin-20180603-0046.html>
- Vergara, Rosalía (2017, 24 de enero). “AMLO incorpora a su equipo a Esteban Moctezuma, presidente de Fundación Azteca”. *Proceso*. Re-

cuperado el 8 de enero de 2021, de <https://www.proceso.com.mx/nacional/2017/1/24/amlo-incorpora-su-equipo-esteban-moctezuma-presidente-de-fundacion-azteca-177699.html>

Wallis, Darren (2004). “The Media and Democratic Change in Mexico”. *Parliamentary Affairs*, 57 (1), 118-130.

Ward, Michael D.; Stovel, Katherine; y Sacks, Audrey (2011). “Network Analysis and Political Science”. *Annual Review of Political Science*, 14, 245-264.