

¿Por qué cambió el país?

RESEÑA

Esteinou Madrid, J. (2021). *México 2018: ¿Por qué cambió el país? Crisis sistémica, elecciones, estrategia de comunicación política y cambio de gobierno*. México: Universidad Autónoma Metropolitana / Editorial Gedisa.

La obra de Javier Esteinou Madrid, *México 2018: ¿Por qué cambió el país? Crisis sistémica, elecciones, estrategia de comunicación política y cambio de gobierno*, expone un análisis en el que confluyen tanto la sociología, la política y, por supuesto, la comunicación.

Para el autor la transición política mexicana de 2018 no puede entenderse solo como un relevo administrativo en la titularidad del Ejecutivo sino, como él mismo expresa, un cambio de régimen y de modelo de desarrollo. A través de la obra, se ofrece un análisis exhaustivo y multidimensional sobre las causas estructurales que permitieron el triunfo de la coalición encabezada por Andrés Manuel López Obrador y el Movimiento Regeneración Nacional (MORENA).

Esteinou se propone desentrañar el conjunto de factores estructurales, sociales, políticos y, fundamentalmente, comunicativos que intervinieron en este hito en la historia de México. Argumenta que México transitó de un modelo de desarrollo neoliberal, ejercido durante más de cuatro décadas, a un sistema de gobernabilidad de izquierda nacionalista, bautizado ideológicamente como la “Cuarta Transformación”.

Uno de los aportes más crudos y documentados de la obra es la caracterización de lo que el autor denomina el paso del “milagro mexicano” al “infierno mexicano”. Esteinou documenta a través de 19 indicadores estructurales el colapso sistémico del país previo a la elección. Entre estos datos destacan las cifras y el cuidado de los detalles de aspectos tan relevantes como la Violencia y seguridad, la Corrupción e impunidad, la Desigualdad económica y la Crisis de derechos humanos.

Explica las Estrategias de Comunicación Mediática, como un cambio de paradigma: mientras los partidos tradicionales (PRI, PAN, PRD) se mantuvieron anclados en un modelo de comunicación vertical y dependiente de los grandes consorcios televisi-

vos, el bloque de AMLO implementó un modelo de comunicación horizontal “a ras de tierra” y digital.

Analiza cómo se modeló la agenda pública, destacando que el poder mediático tradicional, que en 2006 y 2012 había logrado imponer un “telepresidente”, perdió su eficacia en 2018 debido a una crisis profunda de credibilidad. El Recurso del Miedo, se documenta extensamente la “guerra sucia” y el uso del miedo y el odio como herramientas de propaganda en contra de la opción de izquierda.

La obra explora la irrupción del ciberespacio como el nuevo campo de batalla política. El autor subraya que el éxito de MORENA no fue solo fruto de la propaganda oficial, sino de la acción espontánea y masiva de los “AMLOvers”, principalmente jóvenes internautas (Millennials y Centennials) que defendieron la candidatura de forma incondicional.

El libro aporta datos estadísticos reveladores: el 56.1% de los electores utilizó WhatsApp diariamente para vinculación social y el 46.1% Facebook. Esta “hiperconectividad” permitió una emancipación informativa frente al cerco de los medios masivos tradicionales. Se detallan casos específicos de desinformación, cómo los rumores sobre “hackers rusos” o supuestas alianzas con gobiernos extranjeros, que circulaban intensamente para desestabilizar la confianza ciudadana.

Hay un apartado que analiza el lenguaje político. Se destaca la habilidad de AMLO para construir un “espejo lingüístico” con las clases populares a través de frases pegajosas y conceptos como “la mafia del poder”, “prensa fifí” y “me canso ganso”. Este léxico directo contrastó con la rigidez ideológica de sus adversarios y permitió una conexión emocional que la racionalidad del discurso formal no pudo alcanzar. El autor argumenta que esta estrategia no buscaba simplemente un ajuste coyuntural, sino una metamorfosis nacional equivalente a la Independencia, la Reforma o la Revolución, bautizada ideológicamente como la “Cuarta Transformación” (4T).

Se presenta una radiografía técnica y sociológica fundamental para entender la comunicación política contemporánea en México. El autor demuestra que el triunfo de 2018 no fue una casualidad, sino el resultado de un colapso sistémico del modelo neoliberal y la emergencia de una nueva infraestructura comunicativa digital que otorgó voz a sectores históricamente silenciados. Es una lectura obligada para académicos que busquen comprender el impacto de la Web 2.0 y el sentimiento de “catarsis co-

lectiva” en la reconfiguración del poder estatal.

Deja entrever cómo el colapso del modelo neoliberal y el seguimiento de una nueva infraestructura digital para el marketing y comunicación política. El texto da inicios para la comprensión del impacto de la Web 2.0 y la visión de los medios internacionales, ante el discurso antiglobalifóbico y anti neoliberal del candidato de MORENA, AMLO.

Esteinou Madrid sostiene que la realidad mexicana no se despliega en un vacío, sino en una interdependencia global donde la hiperconectividad acorta las distancias del mundo.

El autor argumenta que el triunfo de la izquierda nacionalista fue catalizado por el crack financiero de 2008, producto de lo que denomina una *economía basura* que amplificó la desigualdad en México y agotó la legitimidad del modelo neoliberal.

Sin embargo, la obra revela un matiz fundamental: el ascenso de López Obrador no solo dependió del malestar social, sino también de una estratégica aprobación externa. Uno de los puntos más reveladores es la mención del encuentro entre el candidato y Larry Fink, presidente de BlackRock Inc.

Para Esteinou, esta reunión con uno de los mayores bancos de inversiones del mundo en mayo de 2018 “selló” simbólicamente su llegada a la presidencia, enviando una señal de estabilidad a los mercados internacionales que los medios tradicionales locales intentaban desestabilizar.

Un eje central para el análisis de la comunicación es lo que el autor identifica como **estrategias mediáticas de guerra sucia** que trascendieron las fronteras nacionales. Esteinou documenta cómo se intentó posicionar la narrativa de AMLO como un “peligro para México”, apoyada por actores de la seguridad estadounidense y las campañas de desinformación en medios masivos y digitales.

Se analizan las advertencias de figuras como Rex Tillerson y John McCain sobre una supuesta intromisión rusa en los comicios, amplificada por el ecosistema digital. También abunda acerca de cómo se vinculó la campaña de MORENA con el gobierno de Nicolás Maduro, lo que buscaba activar el miedo histórico al socialismo.

El autor concluye que estas narrativas de miedo fracasaron gracias a una campaña política eficiente y principalmente al uso de las “**benditas redes sociales**” como un escudo de protección ante la manipulación informativa de medios tradicionales.