

PREMIO MEY 2022 | ENSAYO CORTO

Las “mañaneras” de AMLO y los abusos de la comunicación presidencial

Kevin Zapata Celestino



Centro de Estudios®
Espinosa Yglesias
PROMOVEMOS LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES



Las “mañaneras” de AMLO y los abusos de la comunicación presidencial

Kevin Zapata Celestino

mención especial del Premio MEY 2022
en la categoría de ensayo corto



Centro de Estudios®
Espinosa Yglesias

PROMOVEMOS LA IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES

CONSEJO DIRECTIVO CEEY

Amparo Espinosa Rugarcía

Amparo Serrano Espinosa

Julio Serrano Espinosa

Roberto Vélez Grajales

Centro de Estudios Espinosa Yglesias, A.C.

CEEY Editorial

© Centro de Estudios Espinosa Yglesias, A.C., 2022

www.ceey.org.mx

Resumen

Las conferencias matutinas del presidente Andrés Manuel López Obrador representan una nueva forma de comunicación política, en donde el mandatario busca establecer una relación directa con el público. Sin embargo, lejos de representar un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas, las “mañaneras” forman parte de una estrategia de control mediático que tiene por objetivo influenciar la agenda y la discusión pública. Dicho modelo de comunicación representa un abuso del poder presidencial, que va más allá de las maneras convencionales de mala praxis gubernamental. La saturación mediática y la retórica incendiaria promovida por el presidente, tiene como consecuencia la polarización de la sociedad y la ruptura del diálogo ciudadano. Esta forma de comunicación, no sólo incumple con los estándares requeridos para el desarrollo cívico del país, sino que puede llegar a poner en riesgo a las instituciones que sostienen a la democracia. Las “mañaneras”, aunque legales, son cuestionables desde una perspectiva moral y ética debido a sus efectos nocivos para la vida social y política de México.

La llegada al poder del presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), no sólo significó un cambio ideológico respecto a las administraciones anteriores, sino que también supuso la inauguración de una nueva forma de comunicación política en donde el Ejecutivo mantiene monopolizada la agenda pública. Lejos de representar un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas, las famosas conferencias matutinas han servido como plataforma de control mediático. La (casi) permanente presencia del presidente en los medios de comunicación y el ajustado formato de dichas conferencias le han permitido influenciar el debate público de manera desproporcionada. El presente ensayo tiene por objetivo demostrar que el actual modelo de comunicación presidencial, aunque legal, puede ser catalogado de inmoral dada las repercusiones negativas que genera en la vida social y política del país.

Las famosas «mañaneras» tienen su origen en la comunicación social desarrollado por el ahora presidente durante su periodo como Jefe de Gobierno del entonces Distrito Federal. Lo anterior surge como una estrategia de posicionamiento rumbo a la elección de 2006, cuya finalidad era la de «proponer la agenda, el debate y los temas de discusión diarios» (Pérez y Cuna, 2006, p. 89). Replicado ahora en escala nacional, este modelo de comunicación mantiene la misma lógica de monopolizar la discusión pública pero ahora con el objetivo de generar un proceso de «politización» de la audiencia, es decir, consolidar la narrativa social creada para movilizar al público en favor de ciertas agendas (Sánchez, 2021).

Este modelo de comunicación, aunque efectivo para trascender mediáticamente, es cuestionable por la falta de debate y mecanismos que permitan al ciudadano dilucidar la información de la propaganda política. Si bien la publicidad del ejercicio público es fundamental para la existencia

de la democracia (Bobbio, 1986), es imprescindible que los ciudadanos tengan una verdadera comprensión de los temas que se discuten en la agenda pública (Sartori, 1988; Dahl, 1992). Dada la pobre calidad ciudadana en México (Instituto Nacional Electoral, 2015), así como la reconocida manipulación retórica del presidente resulta cuestionable el beneficio de las «mañaneras» para el desarrollo democrático del país.

El exacerbado control mediático que ejerce el presidente a través de dicho modelo de comunicación tiene dos consecuencias tangibles. En primer lugar, al monopolizar la atención de público en el discurso y acciones del Ejecutivo, se pierden de vista otros temas fuera de dicha esfera que pudieran ser del interés del público. En este sentido, Jones y Baumgartner (2005) señalan que los hacedores de política tienen una capacidad limitada para procesar la infinidad de temas y problemas dentro del sistema político, por lo que priorizarán aquellos que logren escalar en la agenda del gobierno o que requieran acción inmediata. Dado que la agenda está completamente copada por los intereses exclusivos del presidente, resulta extremadamente difícil para los demás actores políticos y sociales atraer la atención a otros asuntos que pudieran ser de relevancia para el país.

Este modelo de comunicación presidencial representa un claro abuso del poder público. Como bien apunta García (2001), dentro de las diferentes formas de abuso de poder se encuentra la de llevar a cabo en exceso un deber legalmente prescrito. En este sentido, en sus primeros mil días de gobierno AMLO había realizado 682 conferencias mañaneras con una duración promedio de 108 minutos, que, puesto en perspectiva, son más conferencias que las realizadas por George W. Bush o Barack Obama durante sus dos administraciones al frente del gobierno norteamericano (Velázquez, 2021; Bauregard, 2019). Inclusive la escritora Elena Poniatowska, quien ha sido históricamente una aliada del

presidente, ha expresado su rechazo a las «mañaneras», argumentando que representan un abuso del poder presidencial al saturar la agenda pública con su presencia (Proceso, 2021).

En segundo lugar, la predominancia mediática del Ejecutivo y la mencionada «politización de la agenda» han resultado en una controvertida polarización social. La repetitiva sobre-simplificación del discurso presidencial en «liberales y conservadores» (buenos y malos para efectos prácticos), aunque efectiva para sumar apoyo popular a sus iniciativas, promueven una dicotomía de «amigo-enemigo» que inhiben la reconciliación entre grupos sociales (Jarro, 2020). Lo anterior, genera severas tensiones que reducen el espacio de liberación democrática, puesto que los individuos desarrollan una fuerte identidad colectiva que determina su actuar político, sin conceder espacio para el entendimiento (Arellano, 2021). Dicho de otra forma, un seguidor o detractor de la «cuarta transformación» difícilmente actuara en disonancia con los valores identitarios de su grupo social, lo que supone una ruptura del diálogo democrático.

Así mismo, también supone un riesgo para la salud del tejido social, ya que al quebrantar los mecanismos de diálogo existe el riesgo de que la polarización degenera en diversas formas de violencia. Por ejemplo, diversas figuras públicas en México han sido blanco de campañas de linchamiento en redes sociales por manifestar posturas contrarias a las del presidente. En este sentido, las redes sociales han servido como cajas de resonancia de las conferencias mañaneras, reproduciendo, y a la vez magnificando las descalificaciones que el presidente ha realizado a los opositores de su proyecto político (Trejo y Cruz, 2021). Desafortunadamente, las posibilidades de que las aversiones en redes sociales se traduzcan en agresiones directas son cada vez más reales (Cedeño, 2020).

De esta forma, las «mañaneras» se han convertido en tribunas (o patíbulos) en donde el presidente hace de juez y parte en favor de sus propias causas, generando muchas veces daños reputacionales desmedidos a actores u organizaciones que no tienen los recursos para defenderse mediáticamente (Camarena, 2020). Como bien señala Aguilar (2019), resulta absurdo que el presidente exija derecho de réplica a los medios, cuando en realidad son los actores descalificados por el mandatario los que prácticamente carecen de tal derecho. Lo que resulta aún más preocupante, es la intencionalidad de dichos ataques y descalificaciones, que, en muchos casos, aprovechando la enorme cobertura mediática con la que cuenta el gobierno, se replican sin mayor pudor en el espacio político (Camarena, 2020; Lastiri, 2020).

De acuerdo con O'Donnell y Schmitter (1988), un régimen cerrado transita a la democracia, cuando se construyen instituciones fuertes que rompen las normas y prácticas anteriores, responden a verdaderas aspiraciones democráticas, y son plenamente confiables para la ciudadanía. Si bien es cierto, AMLO se ha diferenciado de su antecesor, Enrique Peña Nieto, al cambiar las formas, por ejemplo, al negarse a derrochar el presupuesto en publicidad oficial para controlar a los medios (Ahmed, 2017), difícilmente se podría argumentar que ha cambiado el propósito de fondo. En lugar de utilizar el presupuesto para premiar o castigar a los medios de comunicación, el presidente utiliza sus conferencias mañaneras para forzar a los medios a otorgarle cobertura mediática en los términos que el mismo establece. Quizás este gobierno no espía a los periodistas críticos¹, pero utiliza el escarnio público para amedrentar a quien lo contradiga.

¹ Durante el sexenio de Enrique Peña Nieto, la entonces Procuraduría General de la República contrató un software de espionaje denominado «Pegasus», el cual se utilizó para espiar a periodistas y activistas como Carmen Aristegui, Carlos Loret de Mola, Juan Pardinas o Mario Patrón.

Ejemplo claro de lo anterior, es el espacio denominado «Quien es quien en las mentiras de la semana», el cual supuestamente busca exhibir a los medios y periodistas que difunden noticias falsas. Cabe destacar, que no sería la primera vez que un gobierno activamente busca combatir la desinformación realizando sesiones informativas². Sin embargo, dicho espacio en las conferencias mañaneras ha servido más para confrontar directamente a los periodistas, los cuales suelen recibir todo tipo de descalificativos, que realmente a combatir la infodemia (Morán, 2021). Tal y como señaló la periodista Carmen Aristegui, dicho espacio no sólo trasgrede cualquier aspiración democrática, sino que genera aun mayor desconfianza en los medios de comunicación (Aristegui Noticias, 2021).

Es evidente que los medios de comunicación tienen un enorme poder, particularmente en la formación de la agenda e influyendo en la opinión pública, por lo que su ejercicio debiera estar ajustado a los principios democráticos (López-Guerra, 2002). En un sentido ideal, Habermas (1992) considera que la comunicación pública debiera estar encaminada al entendimiento y al dialogo, lo que vendría a reforzar la practica ciudadana. Desafortunadamente, el modelo de comunicación presidencial no impulsa dicha democratización mediática, por el contrario, produce una mayor confrontación que abona a la polarización pre-existente. No busca conciliar puntos de vista, sino que trata de imponer una postura oficial de manera unilateral.

Brunner (1994) señala que una sociedad democrática es aquella en donde la comunicación permite discutir diferencias y arribar a consensos. Queda claro que la comunicación presidencial no tiene la mínima intención de promover tal ejercicio. Para botón de muestra están los famosos «otros datos» del presidente, mecanismo narrativo utilizado de

² Por ejemplo, en 2018 el gobierno de Indonesia tomó la decisión de llevar conferencias semanales para combatir el analfabetismo digital y la divulgación de noticias falsas.

manera recurrente para negar hechos concretos que afectan la imagen de su gobierno. Uno de los ejemplos más representativos de esto ha sido el negarse a reconocer los resultados de la medición de la pobreza realizados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) (El Financiero, 2021). Lejos de promover una conversación abierta para discutir porqué consideraba errados los datos presentados por el Coneval³, AMLO zanjó el tema indicando que él tenía su propia manera de medir el bienestar, sin dar mayor explicación al respecto (*ibidem*).

Las «mañaneras» son un modelo de comunicación en donde la información transita casi exclusivamente en una sola dirección, del presidente al público. En teoría, las conferencias tienen el objetivo de promocionar un dialogo circular entre periodistas y representantes del gobierno, pero en la práctica, su formato está diseñado para que sea el Ejecutivo quien mantenga el control de la conversación. Esto se logra al diluir a los periodistas con simpatizantes infiltrados que se prestan a arrebatarse tiempo y espacio de la conferencia para adular al presidente o realizar preguntas a modo (Morán, 2021). Para la democracia, es fundamental que la prensa haga responsable al gobierno y cuestione cuando este realice cualquier tipo de mala praxis (Waisbord, 2001). Lamentablemente, al reducir al mínimo la intervención de los periodistas y comunicadores críticos, se pierde el sentido de transparencia y rendición de cuentas que las conferencias mañaneras debieran proveer.

De igual forma, es necesario destacar la capacidad de la comunicación presidencial para construir realidades alternativas. Baudrillard (1978) sostiene que la comunicación basada en símbolos genera representaciones mentales que dan lugar a «hiperrealidades», es

³ Cabe aclarar que existe controversia entre diversos académicos y expertos en desarrollo social respecto a la manera en cómo se mide la pobreza en México.

decir, simulaciones que no permiten distinguir completamente la realidad de la fantasía. Al analizar los discursos matutinos del presidente, queda en evidencia su narrativa cargada de simbolismos que le permiten crear un vínculo especial con su audiencia, y lo consolidan en el imaginario colectivo como un gobernante sensible a las necesidades de la gente (Espino, 2019). El problema de fondo es que en muchos casos dicha narrativa carece de verdadero sustento. Por ejemplo, de acuerdo con la consultora política SPIN, desde el comienzo de su gobierno hasta el 31 de agosto de 2021, el presidente realizó más de 61 mil declaraciones falsas o engañosas (Forbes, 2021). Sin embargo, más del 50 % de los ciudadanos jóvenes del país, según una encuesta realizada por Nación 321/El Financiero, expresaron que se sentían informados gracias a las «mañaneras» (Mendizábal y Moreno, 2021).

Ahora bien, se podría argumentar que la audiencia no es del todo manipulable y que los ciudadanos, haciendo uso de la razón, pueden dilucidar los hechos de la propaganda. En efecto, un segmento de la población será inmune a cualquier intento de adoctrinamiento, sin embargo, tal y como señala Elizondo (2021), una proporción bastante considerable de mexicanos encuentran un fuerte sentido de pertenencia en las palabras del presidente. La construcción discursiva de AMLO apela directamente a las emociones de las personas, lo cual se vuelve una fuerte herramienta de persuasión para ganar o retener adeptos a su proyecto político (Espino, 2019). De esta forma, el presidente asegura un alto nivel de influencia, ya que al construir agendas en base a los sentimientos las personas tienden a ser más tolerables a actitudes que de otra manera no aprobarían (Furedi, 1997; Moisi, 2008).

La consecuencia directa de utilizar los sentimientos como arma retórica y política es que los hechos y la evidencia pierden credibilidad

frente a la «posverdad»⁴. Esto puede llevar el descrédito de muchas instituciones que sostienen a la democracia (Farkas y Schou, 2020). No es de sorprenderse entonces que la indignación sea un tema recurrente en las «mañaneras», y sirva para impulsar reformas que son por demás controvertidas, por ejemplo, la eliminación de los organismos autónomos, entre ellos, el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personal (INAI) o el Instituto Nacional Electoral (INE).

Es cierto, el presidente actúa dentro del marco legal y bajo las prerrogativas que su puesto le conceden, sin embargo, resulta cuestionable desde una perspectiva de ética estatal. Habrá quien defienda que el Ejecutivo tiene una misión “moralizadora” de la vida pública⁵ y, por ende, los medios utilizados, aunque polémicos, resultan necesarios para dicha tarea. No obstante, tal y como señala Bautista (2020), la acción del Estado no debiera estar enfocada a moralizar a las personas, sino a formar ciudadanos, lo cual representa el verdadero sentido de la ética estatal y que desafortunadamente se encuentra ausente en la comunicación presidencial.

En conclusión, las «mañaneras» como modelo de comunicación gubernamental incumplen con los estándares democráticos requeridos para que los ciudadanos puedan ejercer plenamente su derecho de acceso a la información y a la rendición de cuentas de sus gobernantes. Como bien se ha expuesto en este ensayo, las conferencias matutinas son espacios propagandísticos disfrazados de ejercicios periodísticos, los cuales refuerzan identidades colectivas creadas artificialmente que enrarecen la convivencia social, y pueden llegar a inducir diferentes

⁴ Entendida como la manipulación intencional de la realidad

⁵ En más de una ocasión el presidente ha expresado sus intenciones por “moralizar” el país.

formas de violencia debido a su resonancia dentro de la sociedad. Así mismo, la narrativa utilizada promueve la aceptación de realidades alternativas que erosionan la confianza pública en instituciones clave para la democracia.

Lo anterior hace necesario reflexionar que el abuso del poder público va más allá de las formas clásicas de mala praxis gubernamental. El modelo de comunicación presidencial actual no sólo es incompatible con la democracia, sino que representa un acto de inmoralidad política que contradice la supuesta honestidad de quien despacha en Palacio Nacional. AMLO, como candidato, prometió «absoluta libertad de expresión», el rechazo a cualquier tipo de censura «abierta o encubierta de los medios y comunicadores», y que la propaganda gubernamental en los medios de información no sería «tendenciosa ni demagógica» (López, 2017, p. 80). Quizás sea tiempo de recordárselo ahora como presidente.

Referencias

- Aguilar, Héctor (2019, 18 de marzo). «Abuso de palabra y abuso de poder». *Milenio*. En línea:
<https://www.milenio.com/opinion/hector-aguilar-camin/dia-con-dia/abuso-de-palabra-y-abuso-de-poder>
- Ahmed, Azam (2017, 25 de diciembre). «Con su enorme presupuesto de publicidad, el gobierno mexicano controla los medios de comunicación». *New York Times*. En línea:
<https://www.nytimes.com/es/2017/12/25/espanol/con-su-enorme-presupuesto-de-publicidad-el-gobierno-mexicano-controla-los-medios-de-comunicacion-pri-pena-nieto.html>
- Aristegui Noticias (2021, 30 de junio). «Reaccionan periodistas ante el 'Quién es quién en las mentiras', impulsado por AMLO en la mañana». *Aristegui Noticias*. En Línea:
<https://aristeguinoicias.com/3006/mexico/reaccionan-periodistas-ante-el-quien-es-quien-en-las-mentiras-impulsado-por-amlo-en-la-mananera/>
- Arellano, Ixchel (2021). «Cuarta transformación y polarización social en México en el marco de la pandemia por covid-19» en *Tamma Dalamma*, 6, pp. 48-54.
- Baudrillard, Jean (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos.
- Bautista, Oscar Diego (2020). *Constitución moral y Estado ético. Reflexiones en torno a una "Constitución Moral" para México propuesta por el gobierno de la Cuarta Transformación (2018-2014). Opiniones técnicas sobre temas de relevancia nacional, Serie 19*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Beauregard, Luis Pablo (2019, 11 de marzo). «4.600 minutos de López Obrador». *El País*. En línea:

https://elpais.com/internacional/2019/03/09/mexico/1552090858_350640.html

Bobbio, Norberto (1986). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.

Brunner, José Joaquín (1994, 14 de diciembre). *Comunicación política en la sociedad democrática* [ponencia]. Seminario Políticos y Comunicadores: interacciones y compromisos, Santiago de Chile. En línea: <https://brunner.cl/2005/08/comunicacion-politica-en-la-sociedad-democratica-2/>

Camarena, Salvador (2020, 3 de septiembre). «Abusos de poder». *El Financiero*. En línea: <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/salvador-camarena/abuso-de-poder/>

Cedeño, Alonso (2020, 28 de enero). «De las redes a la calle, el odio contra el que piensa diferente». *El Universal*. En línea: <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/alonso-cedeno/de-las-redes-la-calle-el-odio-contra-el-que-piensa-diferente>

Dahl, Robert Alan (1992). *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.

Elizondo, Carlos (2021). *Y mi palabra es la ley. AMLO en palacio nacional*. México: Debate.

El Financiero (2021, 6 de agosto). «AMLO tiene (una vez más) otros datos: no acepta resultados del Coneval sobre pobreza». *El Financiero*. En línea: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/08/06/amlo-tiene-una-vez-mas-otros-datos-no-acepta-resultados-del-coneval-sobre-pobreza/>

Espino, Luis Antonio (2019, 6 de marzo). «Siete claves de la comunicación de AMLO en sus primeros 100 días de gobierno». *Letras Libres*. En línea: <https://letraslibres.com/politica/siete->

[claves-de-la-comunicacion-de-amlo-en-sus-primeros-100-dias-de-gobierno/](#)

- Farkas, Johan y Schou, Jannick. (2020). *Post-truth, fake news, and democracy. Mapping the politics of falsehood*. New York: Routledge.
- Forbes (2021, 1 de septiembre). «AMLO mintió más de 61,000 veces en mañaneras: consultora SPIN». *Forbes*. En línea: <https://www.forbes.com.mx/amlo-mintio-mas-de-61000-veces-en-mananeras-consultora/>
- Furedi, Frank (1997). *Culture of fear. Risk taking and the morality of low expectations*. Londres: Continuum.
- García, Pablo (2001). «La ética pública» en *Perspectivas actuales. Revista de Estudios Políticos*, 114, pp. 131-168.
- Habermas, Jurgen (1992). «Further reflections on the public sphere» en Calhoun, C. (ed). *Habermas and the public sphere*. Massachusetts: MIT Press.
- Instituto Nacional Electoral (2015). *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*. México: Instituto Nacional Electoral-El Colegio de México. En línea: https://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Resumen_Ejecutivo_23nov.pdf
- Jarro, Odalys Alixi (2020). *Polarización social: influencia de la retórica populista en las actitudes políticas en México* [Tesis de maestría]. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. En línea: <http://ri-ng.uaq.mx/handle/123456789/2650>
- Jones, Bryan y Baumgartner, Frank (2005). *The Politics of Attention: How Government Prioritize Problems*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Lastiri, Diana (2020, 28 de octubre). «Ricardo Rocha: es AMLO el presidente que ha sido más tolerado». *El Universal*. En línea: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/ricardo-rocha-es-amlo-el-presidente-que-ha-sido-mas-tolerado>
- López, Andrés Manuel (2017). 2018. *La salida. Decadencia y renacimiento de México*. México: Planeta.
- López-Guerra, Claudio (2002). «Democratizar los medios o mediatizar la democracia: una discusión normativa» en *Ensayos de democracia y medios de comunicación*. México: Instituto Federal Electoral.
- Mendizábal, Yuritz y Moreno, Alejandro (2021, 4 de marzo). «Encuesta: las 'mañaneras' de AMLO... ¿informan, manipulan o inspiran?» *Nación 321*. En línea: <https://www.nacion321.com/ciudadanos/encuesta-las-mananeras-de-amlo-informan-manipulan-o-inspiran>
- Moisi, Dominique (2008). *The Geopolitics of emotion: How culture of fear, humiliation and hope are shaping the world*. Londres: Penguin Random House.
- Morán, Carmen (2021, 30 de Junio). «El presidente de México estrena su espacio contra los medios de comunicación llamándolos “corruptos, rastros e integristas” ». *El País*. En línea: <https://elpais.com/mexico/2021-06-30/el-presidente-estrena-su-espacio-contra-los-medios-de-comunicacion-llamandolos-corruptos-rastros-e-integristas.html>
- O'Donnell, Guillermo y Schmitter, Philippe (2013). *Transitions from authoritarian rule. Tentative conclusions about uncertain democracies*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Pérez, Laura Noemy y Cuna, Enrique (2006). «El posicionamiento político de AMLO a partir de la estrategia de comunicación social

- del Gobierno del Distrito Federal» en *El Cotidiano*, 21 (138), pp. 88-100.
- Proceso (2021, 18 de enero). «"Ya párele a las mañaneras, provocan hartazgo": Elena Poniatowska a AMLO». *Proceso*. En línea: <https://www.proceso.com.mx/nacional/politica/2021/1/18/ya-parele-las-mananeras-provocan-hartazgo-elena-poniatowska-amlo-256492.html>
- Sánchez, José Luis (2021). «Las 'mañaneras' de Andrés Manuel López Obrador como escena de enunciación y proceso de politización» en *Revista Mexicana de Comunicación*, 148. En línea: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/las-mananeras-de-andres-manuel-lopez-obrador-como-escena-de-enunciacion-y-proceso-de-politizacion/>
- Sartori, Giovanni (1988). *Teoría de la democracia 1. El debate contemporáneo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Trejo, Abraham y Cruz, Gabriela (2021, junio). *Construcción del odio en plataformas digitales durante la Jornada Electoral 2021*. Seminario sobre Violencia y Paz, El Colegio de México. En línea: <https://violenciaypaz.colmex.mx/publicacion/construccion-del-odio-en-plataformas-digitales-durante-la-jornada-electoral-2021>
- Velázquez, Miguel (2021, 26 de agosto). «¿Cuántas mañaneras ha realizado AMLO en mil días de gobierno?» *Publimetro*. En línea: <https://www.publimetro.com.mx/mx/nacional/2021/08/26/mil-dias-gobierno-conferencias-mananeras-amlo.html>
- Waisbord, Silvio (2001). «Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación» en *Razón y Palabra*, 22. En línea: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_swaibord.html

Kevin Zapata Celestino

Kevin Zapata Celestino es licenciado en Relaciones Internacionales y maestro en Administración Pública y Política Pública por el Tecnológico de Monterrey (ITESM). Además, es maestro en Política Social, Trabajo y Bienestar por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y doctor en Política Social por la Universidad de Edimburgo. Se ha desempeñado como asesor y consultor en distintas organizaciones públicas y de la sociedad civil en temas de comunicación política e investigación social. Así mismo, ha sido colaborador en distintos medios de comunicación como editorialista invitado, entre ellos, Grupo Reforma y SDP Noticias. Actualmente es docente en la escuela de Sociología y Política Social de la Universidad de Nottingham (Reino Unido)