

FIDEL PÉREZ JULIÁN
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN Y POLÍTICA
PONENCIA

La victoria electoral del Movimiento Regeneración Nacional MORENA en el año 2018 significó la primera vez que un partido de izquierda accedía a la dirección del Poder Ejecutivo, un suceso novedoso que bajo el compromiso de renovar las prácticas asociadas al ejercicio tradicional del poder en el país implicó un acontecimiento político de gran relevancia.

En esta ponencia se pretenden exponer algunos posicionamientos conceptuales que desde los estudios de la comunicación se han trazado para comprender este proceso de reorganización política. Partiendo de una revisión bibliográfica, se integró un corpus contenido, que pudiera ser expuesto en brevedad. Se para ello usó la plataforma Google Scholar para identificar los artículos indexados bajo el criterio de búsqueda “Comunicación Movimiento Regeneración Nacional (Morena)” Tras una revisión inicial que consistió en la lectura de los título y resumen de los artículos mostrados en las 15 páginas más relevantes indicadas por el motor de búsqueda, se estableció un listado de 20 artículos científicos considerados como representativos bajo el criterio de que en ello se empleaba y profundizaba recurrentemente conceptos prominentes dada su capacidad explicativa para el campo de los estudios de la comunicación, estos conceptos fueron; mediatización, discurso, comunicación política (o gubernamental) e internet. Dado que el énfasis principal era ahondar en la dinámica gubernamental se excluyeron aquellos artículos anteriores al 2018, antes de que Morena o el actual presidente accedieran al poder. La subsecuente lectura de los artículos seleccionados permitió establecer y desglosar tres tópicos generales expuestos a continuación, pertinentes para elaborar una clasificación, muy esquemática, de algunas aproximaciones y planteamientos surgidos en la intersección entre los estudios comunicativos y los procesos políticos que ha traído el llamado gobierno de la cuarta transformación, estos ámbitos son:

I) La figura prominente de un “presidente comunicador” que guía a la actual administración II) las conferencias matutinas, denominadas coloquialmente

como "mañaneras" y sus repercusiones en el escenario mediático nacional III) la caracterización reiterada del discurso presidencial bajo el término "populista" y sus implicaciones para la generación de un sentido político característico.

Para introducir la discusión de esta triple interrelación se considera necesario establecer preliminarmente el escenario socio-mediático en el que emerge el nuevo gobierno de izquierda, retomando para ellos algunos puntos del posicionamiento contextual que los distintos artículos analizados establecen.

Como primer elemento contextual enfatizados por algunos trabajos (Flores & De Elias 2022), (Hernández, Moya & Menchaca, 2021), (Navarrete & Rosiles, 2019) se señala que el proyecto político con el que Morena ganó las elecciones en 2018 se fundamentó en determinadas condiciones políticas y sociales de posibilidad que permitieron el surgimiento un discurso político atractiva a distintos sectores de la población en el contexto de un proceso de electora.

Como segunda circunstancia, planteada por algunos trabajos (Sánchez, 2021), (Valdés, 2022), (Esteinou, 2019) se menciona la pérdida de influencia de los medios tradicionales para fijar los temas relevantemente mediáticos, en los términos planteados por la teoría de la agenda setting. Tal renovación del escenario político comunicativo obedece a la creciente preponderancia de los medios electrónicos de comunicación asociados al internet, a la pérdida de capacidad económico de los medios corporativos y al surgimiento de productores de contenido independientes que enriquecen incesantemente los asuntos de la agenda mediática en el ámbito político.

Y como último elemento configurador del actual contexto recogido por los artículos analizados se menciona el creciente interés de los gobiernos por influir con mayor eficiencia, y sin intermediarios, en la percepción de la ciudadanía sobre los asuntos públicos (Esteinou, 2023), (García, 2022), (Juan, 2022). Ya que anteriormente los fenómenos de construcción de legitimidad y consenso en las democracias modernas se asociaban a la configuración de la opinión pública, como juicio colectivo instituido desde los medios masivos. Señalando que este interés por incidir mediáticamente está particularmente identificado en los Estados con gobiernos de corte popular, como una defensa recurrentemente de

la posición ideológica a través del discurso político mediatizado para fortalecer la aceptación ciudadana.

Como lo indica la bibliografía consultada, es en asociación a este panorama como se configuran las tres dinámicas comunicativas centrales, para esta exposición, en función de las cuales se ha buscado aproximarse al proceso político que implicó la victoria de Morena: la dirección personal del presidente en la comunicación de los temas del gobierno, las conferencias matutinas como elemento preponderante de las políticas públicas de comunicación y las implicaciones discursivas que subyacen al proyecto denominado como Cuarta Transformación.

El primero de estos aspectos analiza la condición de un presidente predominantemente discursivo en su acción como lo es Andrés Manuel López Obrador.

Como señalan las investigaciones de Hernández, Moya & Menchaca (2021) ejercicios similares solo se han registrado en países latinoamericanos, pero sin la periodicidad diaria con la que el presidente de México las ejerce. Juan Pablo Navarrete y Javier Rosiles apoyado en un análisis biográfico del actual mandatario establece que la comodidad para tomar la palabra del presidente no es un atributo menor sino una característica central y peculiar de su liderazgo, en cuyo despliegue a construido una trayectoria distintiva como líder político y social (Navarrete & Rosiles, 2019, p.180-182). Con estos antecedentes no resulta discordante lo planteado por Manuel Olivos quien su investigación “Política mediática de Rafael Correa (2007-2017) y Andrés Manuel López Obrador (2018-2024)” afirma que en términos prácticos es el presidente mexicano el encargado de dirigir diariamente la comunicación social de su administración, labor que supone por ello una tarea esencial del gobierno que encabeza pues repercute en todo el aparato gubernamental (Olivos, 2020, pág. 22-23).

En ese sentido Manuel Olivos apoyado en los datos obtenidos mediante un análisis comparativo entre los gobiernos progresistas de México y Ecuador sostiene que la política de medios del actual sexenio debe pensarse como una

estrategia compleja que no se puede reducir a la alocución de una conferencia, detectando en su investigación que la difusión del discurso presidencial ha fomentado la creación de un ecosistema mediático inédito integrado por medios estatales, privados y electrónicos. Además de cambios legales y jurídicos y la creación de nuevas infraestructuras de telecomunicaciones con el objetivo de potenciar la difusión constante del discurso presidencial, como acto de gobierno diario (Olivos, 2020, pág. 28-29).

En ese orden de ideas María Eugenia Valdés en su artículo titulado “Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador” plantea que el énfasis del presidente por difundir su comunicación personal se debe ver como un recurso de gobernabilidad que busca la estabilidad en el gobierno.

Apoyándose en un análisis de los distintos temas de coyuntura surgidos durante los tres primeros años del gobierno, la investigadora postula que la comunicación política tutelada por el presidente aspira a explotar plenamente, como no lo hicieron sus predecesores, los recursos comunicativos del Estado para mantener credibilidad y confianza constante en sus decisiones. (Valdés, 2022, pág.8). Lo que supone una estrategia para aprovechar mediáticamente el capital político del presidente y sus aptitudes oratorias para procesar discursivamente las adversidades de su gestión, susceptibles de afectar su autoridad si son interpretadas desfavorablemente por otros agentes mediáticos (Valdés, 2022, pág.24). Citando a la socióloga Ivonne Acuña para Valdés Vega las conferencias matutinas cumplen una variedad de funciones estratégicas: de orden didáctico, de ejercicio del derecho de, réplica de control de daños, y de encauzamiento de la opinión pública (Valdés, 2022, pág.26). La autora concluye en su investigación que la comunicación emprendida diariamente por Andrés Manuel López Obrador más que implicar un mero ejercicio de transmisión de información gubernamental supone una labor de argumentación política que apela a lo que el autor denomina distintos tipos de racionalidades: emocionales, pragmáticas o identitarias. Siendo un caso emblemático el manejo de la pandemia del COVID-19 (Valdés, 2022, pág.31).

Esta reconfiguración del modelo de comunicación gubernamental para potenciar la capacidades discursivas del presidente, es abordado por José Luis Sánchez Ramírez en su trabajo “Las *mañaneras* de Andrés Manuel López Obrador como escena de enunciación y proceso de politización” el investigador señala que la preponderancia de las conferencias matutinas en la reconfiguración del nuevo modelo de comunicación gubernamental está asociada a su condición como un escenario de enunciación política de índole personal que permite establecer lo que el autor conceptualiza como un espectáculo político, en el sentido de un escenario simbólico que permite “hacer actuar” con mayor eficiencia la palabra y la imagen por vía de los medios de comunicación electrónico (Sánchez, 2021, pág. 04). Establece do que las mañaneras como puesta en escena del discurso es una combinación de una diversidad de elementos simbólicos entre los que destacan los siguientes: la figura presidencial, los atributos políticos personales del mandatario, el espacio físico de su producción, la corporalidad y el uso del lenguaje; elementos que se combinan para producir una construcción de lo “real” que orienta la contundencia del mensaje emitidos diariamente en la conferencia matutina. Para el autor esta configuración de elementos discursivos y extra discursivos establecen el escenario idóneo para el espectáculo mediático permitiendo la activación de un proceso de politización de la sociedad mexicana en términos favorables para el gobierno (Sánchez, 2021, pág. 05-06). Proceso que a su vez es estimulado y propagado mediante los distintos elementos del modelo de comunicación política de este gobierno que incluye tantos agentes mediáticos como infraestructura pública de comunicación, articulados entorno al discurso del actual presidente, una forma de ejercicio de gobierno y de poder.

Ana Carolina Flores y Jessie Matamoros en un trabajo empírico que analiza comparativamente los encuadres informativos o *freamings* producidos en la gestión tanto de Andrés Manuel López Obrador como de Enrique Peña Nieto concluyen, en consonancia con lo señalado previamente, que la comunicación gubernamental de este gobierno resalta preponderantemente en sus productos audiovisuales la figura del actual presidente. Siendo el elemento central difundido mediáticamente (Flores & Matamoros, 2022, pág.14). Para Javier Esteinou la actual administración ha puesto aún mayor énfasis que la anterior en eficientar sus procesos de comunicación gubernamental entendidos como los

esfuerzos por comunicar y transparentar los temas cotidianos de la administración del país. Recayendo en el presidente esta labor de comunicación y explicación (Esteinou, 2022, pág.128).

Pasando a la segunda dimensión de las dinámicas comunicativas subyacentes al actual gobierno se abordan las repercusiones que las conferencias matutinas han tenido en escenario mediático del país. Azucena Serrano Rodríguez en un artículo que toma como caso de estudio los discursos de Andrés Manuel López Obrador, establece que la política mediática de este sexenio se fundamenta en la optimización y orientación de los recursos estatales para transmitir los mensajes políticos del gobierno producidos preponderantemente en la conferencia matutina, apoyándose en las nuevas tecnologías. Señalando la autora que el adecuado aprovechamiento de la red de internet brinda la posibilidad de difundir viralmente mensajes producidos con determinadas características, lo que permite su mayor difusión y la incidencia de modo más contundentemente en la opinión pública (Serrano, 2019, p.161). Estas circunstancias de difusión directa, señala Pablo Cabañas, han sido decisivas para configurar la estrategia de comunicación gubernamental del actual sexenio que explícitamente ha excluido de su modelo de comunicación a las empresas de medios, evitando destinar recursos para la difusión comercial de mensajes gubernamentales, un recorte que asciende a 3 mil 245 millones de pesos, en publicidad oficial (Cabañas, 2022, pág. 143) lo que ha repercutido económicamente en las empresas privadas de medios; que se han visto relegadas por los canales del Estado y el internet como pilares de difusión (Samaniego,2022, pág.30).

Mariana García Rosas al analizar las estrategias comunicativas del sexenio en su artículo “Las redes socio digitales en la Cuarta Transformación: ¿espacios de diálogo o de propaganda política?” subraya, en coincidencia con otros autores, que el modelo vigente se caracteriza por su énfasis en el uso de las redes socio digitales como estrategia que aspira a una comunicación más directa, buscando prescindir de intermediarios privados. Planteando la autora que esta relevancia en las comunicaciones digitales ha motivado el desarrollo de una política pública para promover el acceso al internet en todo el país, modificando el marco legal

para orientar presupuestaria y normativamente este fin, y para incentivar la injerencia del Estado en la creación directa de infraestructura de telecomunicaciones en zonas rurales y urbanas como parte del modelo de comunicación (García, 2022, pág.182) Señalando la autora también que pese a esta diversificación de los canales de difusión, el actual modelo tiende a estar centralizado en sus contenidos, pues estos se desprenden preponderantemente de la conferencia matutina y en consecuencia de la figura del presidente como sujeto discursivo primordial (García, 2022, pág.181).

Por último, se exponen las aproximaciones que algunos artículos de investigación han planteado sobre la naturaleza discursiva de las alocuciones diariamente emitidas por el presidente del país

Melisa Amezcua en su artículo titulado *Construcción del líder populista: dos episodios mexicanos paradigmáticos, Lázaro Cárdenas y Andrés Manuel López Obrador*, valiéndose de la metodología del análisis del discurso plantea las características populistas del presidente, identificando dos atributos reiterados de su discurso. Por un lado, su condición de líder popular auténtico, pues en contraposición a los liderazgos políticos tradicionales, el presidente se describe recurrete como así mismo como alguien que se ha forjado en la lucha social al lado de las demandas populares de la ciudadanía y contra las elites políticas tradicionales que han gobernado al país (Amezcua, 2019, pág.161). El segundo rasgo, consiste en la centralidad de su liderazgo para alcanzar una solución a los problemas sociales del país pues, describe la autora, en sus discursos políticos diarios el presidente esboza el escenario de la “cuarta transformación” como figura retórica que representa la culminación ideal del proyecto político que él dirige, definiendo un escenario prospectivo en que los principales problemas sociales del país se habrán erradicado; metáfora constantemente reiterada que para la autora deja ver un carácter redentor en el discurso presidencial (Amezcua, 2019, p.162). Así, Melisa Amezcua señala que estas dos condiciones esenciales a la definición discursiva diaria del presidente plantean la centralidad de una retórica próxima al populismo. Señalando que su uso constante de los medios de comunicación constituye un factor indispensable para mantener la cercanía con la gente y la apelación a la voluntad popular como base de

legitimidad. Concluyendo la autora que la centralidad de las conferencias matutinas implica una dualidad pues a la vez que fija la agenda mediática y contribuye al fortalecimiento del liderazgo personalista, también es un potencial escenario de discusión plural para el ejercicio gubernamental (Amezcuca, 2019, p.167).

Avanzando en esa mismo sentido Israel Covarrubias y Cristhian Gallegos Cruz establece que uno de los rasgo al que se debe prestar atención para dilucidar la propiedad política que subyace al discurso presidencial es la construcción semantica del “pueblo” como recurso en el cual se gesta la acción política como dualidad exclusión-inclusion (Covarrubias & Gallegos, 2021, pág.07) Para el autor la semantización del vocablo pueblo es un proceso discursivo complejo asentado en condiciones históricas y sociales específicas, susceptibles de ser explotadas retóricamente para nutrir el concepto con sentidos concretos. En el caso del actual gobierno los elementos de definición más recientes sobre el sentido del pueblo se apoya en sucesos determinados como el desprestigio del último gobierno por actos de corrupción, por el aumento de la violencia en el país, manifestada emblemáticamente en el caso ayotzinapa, y por el deterioro de condiciones económicas de amplios sectores de la sociedad económica(Covarrubias & Gallegos,2021, pág. 25). Acontecimientos que permitieron establecer la necesidad de introducir cambios en la conducción política con miras a reivindicar a la totalida social que ha padecido ese conjunto de agravios y que cabe definirse en tales circunstancias bajo la figura retórica del “pueblo”, una construcción semántica que se postula y disputa en la arena política frente a otras fuerzas de oposición (Covarrubias & Gallegos, 2021, pág. 27). La investigación de Israel Covarrubias postula así que la comprensión específica del populismo vigente debe tomar en cuenta los referentes históricos, conceptuales y significativos que fijan la manera en que se nombra el pueblo desde el discurso presidencial como discurso de poder constantemente reiterado y adaptado en narrativas comunicativas y legales que repercuten en la conducción del gobierno (Covarrubias & Gallegos, 2021, pág.30-31). Así, para Covarrubias el sentido de pueblo implica una matriz de sentido que induce un posicionamiento a favor o en contra y que explica la comprensión que se hace

de los acontecimientos y actores que intervienen en la gestión de gobierno en este sexenio.

Noé Hernández Cortez, Jesús Moya Vela, Ernesto Menchaca Arredondo a través de un análisis muestral de discursos emitido por el presidente entre 2018 y 2022, contribuyen a definir la condición del discurso presidencial como la síntesis de una noción de sentido que emerge en función de determinadas condiciones de posibilidad históricas e ideológicas, instituyendo una subjetividad política que fija referentes simbólicos imaginarios y mitos entorno a una comunidad política, referentes de sentido que recurrentemente activados por el discurso tienen la capacidad de producir significados aptos para interpelar a los sujetos políticos que integran esta comunidad (Hernández, Moya & Menchaca, 2021, pág. 42). Tras un análisis discursivos, los autores establecen el fundamento del discurso presidencial vigente dentro de los preceptos de lo “nacional-popular” un principio articulador de sentidos políticos que reivindica la figura del Estado nacional como fundamento de un nuevo y eficiente modelo de desarrollo que va de la mano de la interpelación de las masas populares como sujetos políticos centrales de este modelo (Hernández, Moya & Menchaca, 2021, pág.44). Para los autores circunstancias imperantes en 2018 como la corrupción, la falta de representatividad democrática y la insatisfacción económica con el modelo de crecimiento vigente, fueron condiciones de posibilidad para la emergencia de nuevos imaginarios, creencias y ficciones desde las cuales sedimentar el proyecto político postulado por el actual gobierno (Hernández, Moya & Menchaca, 2021, pág. 45). El liderazgo social del presidente basado en su capacidad para interpelar y sistematizar tales referentes en un sistema discursivo orientado a la acción política y gubernamental ha permitido generar a través de la comunicación política constante una base que legitima sus acciones y ve reafirmadas y reelaboradas constantemente en el discurso presidencial las apreciaciones que guían sus preceptos políticos (Hernández, Moya & Menchaca, 2021, pág. 46). A lo largo de su análisis los autores identifican en los discursos presidenciales los siguientes referentes desde los cuales se establece y reafirma la noción de sentido que acompañan el actual proyecto político: el Estado como garante de bienestar social, sobre todo en el contexto de la pandemia, la construcción de infraestructura pública para beneficio colectivo, la

reorganización económica para revertir el modelo neoliberal, la distribución de recursos mediante programas sociales para solventar la desigualdad económica (Hernández, Moya & Menchaca, 2021, pág. 48-50). Así, bajo estos preceptos asociados a una matriz de sentido, el populismo debe entenderse no simplemente como un discurso que apela en lo abstracto al pueblo para hacerse del poder, sino como una estrategia de definición para constituir un sujeto político determinado que exprese subjetividades políticas subalternas. Siendo un medio para el cambio político.

Con esta breve exposición se ha buscado establecer un muy escueto panorama de algunos ámbitos temáticos en los que se han centrado los estudios comunicativos al abordar el gobierno actual. Este panorama y su esquematización sin duda requieren de un mucho mayor enriquecimiento y definición, sin embargo puede ser útil para un comprensión inicial de los intereses y preocupaciones conceptuales que han orientado la comprensión de este proceso político que se advierte tan singular.

Bibliografía

1. Amezcua, M.Y. (2019). Construcción del líder populista: dos episodios mexicanos paradigmáticos, Lázaro Cárdenas y Andrés Manuel López Obrador, *DeSignis*, 35(99)159-169
<http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p157-169>
2. Amparan, A.C. (2021) Teoría de los marcos del discurso en los spots de López Obrador en 2018 *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* 65 (241), 405-427. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.241.67901>
3. Arredondo Y. M. (2021) Los órganos constitucionales autónomos en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador: conflictos y posibilidades, *Interdisciplina*, 10 (27), 315-345. <https://doi.org/10.22201/ceich.24485705e.2022.27.82157>
4. Cerrillo, O.G. (2020) La tensión entre movimientos sociales e institucionalización en la trayectoria política de Andrés Manuel López Obrador, *Revista Faro*, 2 (32), 67-88 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8074973>

5. Esteinou, J. M. (2019) El nuevo gobierno de izquierda y el cambio del modelo de comunicación en México, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, (10), 122-132. <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.3.10.6172>
6. Esteinou, J. M. (2023) Medios de comunicación de servicio público en México: Aparatos ideológicos de la 4T, *El cotidiano*, 38 (239), 85-99. <https://www.proquest.com/openview/02a4438e17e78b4ed7c6e942a46c4ea9/1?cbl=28292&pq-origsite=gscholar>
7. Flores. A, C, & De Elias M. J. (2022). Análisis de la cobertura mediática de la gestión presidencial. Estudio comparado de Enrique Peña Nieto vs. Andrés Manuel López Obrador. *Revista de Comunicación Política*, 04. <https://orcid.org/0000-0003-0652-9530>
8. García, M. R.(2022). Las redes sociodigitales en la Cuarta Transformación: ¿espacios de diálogo o de propaganda política? *Argumentos*, 35 (99) 173-199 <https://www.doi.org/10.24275/uamxocdesh/arguAmReGnUtoMs/E2N02T2O9S9-3065>
9. Hernández, N. C., Moya, J.V. & Menchaca, E. A. (2021) El discurso nacional-popular de Andrés Manuel López Obrador (2018-2020). *Revista Republicana* 2(31) 39-54. <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a106>
10. Covarrubias, I. G. & Gallegos C. C. (2021) Populismo, herencias y política democrática en México. De Luis Echeverría Álvarez a Andrés Manuel López Obrador, *Tlamelaua. Revista de Ciencias Sociales*, 15 (51) 01-49 <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/tlamelaua/article/view/2306/pdf>
11. Samaniego, A. S. (2022) Perspectiva de la comunicación política dentro del sistema político Mexicano. Una reflexión sobre su configuración y característica., en Lemus, en D. M. (ed) *Comunicación política en el gobierno de AMLO, Mañaneras, disputas y actores en el espacio público en la 4T* 53-68, UNAM <http://ciid.politicas.unam.mx/www/wp-content/uploads/2023/01/Interiores-para-pub-FCPyS-1.pdf>

12. Cabañas, P. D. (2022) Un conflicto para todo el sexenio: análisis de la relación poder económico y poder político en México, en D. M. (ed) *Comunicación política en el gobierno de AMLO, Mañaneras, disputas y actores en el espacio público en la 4T*, 135-150, UNAM <http://ciid.politicas.unam.mx/www/wp-content/uploads/2023/01/Interiores-para-pub-FCPyS-1.pdf>
13. Mario Z. R. (2022) El espacio público en disputa: acciones comunicativas y las narrativas de poder en México, en D. M. (ed) *Comunicación política en el gobierno de AMLO, Mañaneras, disputas y actores en el espacio público en la 4T*, 99-112, UNAM <http://ciid.politicas.unam.mx/www/wp-content/uploads/2023/01/Interiores-para-pub-FCPyS-1.pdf>
14. Mellado, H. R. (2019) Participación ciudadana y democracia directa en las decisiones públicas del gobierno de Andrés Manuel López Obrador, *Revista Buen gobierno*, (26) 1-14. <https://doi.org/10.35247/buengob.26.06>
15. Navarrete, V. J. & Rosiles J. S. (2019) El liderazgo de Andrés Manuel López Obrador: de la derrota electoral a gobernar la victoria *Argumentos* 1(39) 177-199.
<https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/1059/1097>
16. Olivos, M. A. (2020) Política mediática de Rafael Correa (2007-2017) y Andrés Manuel López Obrador (2018-2024) De raíz diversa. *Revista especializada En Estudios Latinoamericanos* 7 (14) 21-46.
<http://dx.doi.org/10.22201/ppela.24487988e.2020.14.77189>
17. Phail, F.E. (2022) Andrés Manuel López Obrador: estrategias comunicativas y culto a la personalidad, *Argumentos* 35 (99), 101-136
<https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/1354>
18. Sánchez, L.R. (2021) Las "mañaneras" de Andrés Manuel López Obrador como escena de enunciación y proceso de politización *Revista Mexicana de Comunicación* 148.
http://mexicanadecomunicacion.com.mx/wpcontent/uploads/2022/01/no148_ensayo_sanchez_las_mañaneras.pdf

19. Serrano A. C. (2019). Discursos paralelos, pero en sentido opuesto. Análisis de los populismos de Jair Bolsonaro y Andrés Manuel López Obrador. *Estudios Políticos Universidad de Antioquia*, 56, 149-173. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16463289007>

20. Tlachino, T & González M. (2020) Facebook, una extensión de marketing y no un espacio deliberativo: caso de Andrés Manuel López Obrador en elecciones presidenciales de México en 2018, *Global Media Journal México* 17(33), 72-95. <https://orcid.org/0000-0002-0652-9226>

21. Valdés, M.V. (2022) Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018–2021) *POLIS* 18(2) 7-38 <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/771/735>