

## El periodismo y la comunicación pública en el gobierno de AMLO

Luz Elena Aramiz Ortiz

ITESO

rn727876@iteso.mx

ORCID: 0009-0007-2564-6931

María Teresa de Alba Robles

ITESO

pc728481@iteso.mx

ORCID: 0009-0009-5265-8078

Aramiz Ortiz, L. E. y de Alba Robles, M. T. (2024). El periodismo y la comunicación pública en el gobierno de AMLO. *Análisis Plural*, (7).



### RESUMEN:

En este texto se analiza cómo las conferencias matutinas de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) han cambiado la dinámica entre el gobierno y los medios de comunicación en México. Estas conferencias, que se realizan diariamente desde que AMLO asumió el cargo en diciembre de 2018, se han convertido en una herramienta para controlar la información y desacreditar a los medios críticos. El presidente ha utilizado estas conferencias para establecer su propia versión de la realidad y presentarla como absoluta, lo que plantea preocupaciones sobre

### ABSTRACT:

This text analyzes how Andrés Manuel López Obrador's (AMLO) morning press conferences have changed the dynamics between the government and the media in Mexico. These conferences, held daily since AMLO took office in December 2018, have become a tool to control information and discredit critical media. The President has used these conferences to establish his own version of reality and present it as absolute, raising concerns about democracy and freedom of expression

la democracia y la libertad de expresión en México. Además, ha manipulado la narrativa para clasificar a los críticos como parte de una élite privilegiada, mientras que él se retrata como el defensor del pueblo. Este uso de las conferencias matutinas para imponer su agenda y atacar a los críticos ha generado críticas tanto a escala nacional como internacional.

**Palabras clave:**

periodismo, comunicación pública, AMLO, gobierno mexicano, medios de comunicación

in Mexico. Additionally, AMLO has manipulated the narrative to classify critics as part of a privileged elite, while portraying himself as the defender of the people. This use of morning conferences to impose his agenda and attack critics has generated criticism both domestically and internationally.

**Keywords:**

journalism, political communication, AMLO, Mexican government, mass media

**Introducción**

Los medios de comunicación dentro del Estado de derecho moderno son fundamentales para la democracia. En el presente sexenio de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), a falta de una oposición coherente, fuerte y legítima, los medios han sido el engranaje de contrapeso para “las verdades” que cuenta el presidente.

Según el artículo primero de la *Declaración de Principios de la Libertad de Expresión* de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), la libertad de expresión es un derecho inalienable y funge como requisito indispensable para la existencia de una sociedad democrática.

Este gobierno se caracterizó principalmente por las conferencias matutinas realizadas por el presidente, todos los días de lunes a viernes a las siete de la mañana desde el primer día en el que asumió el cargo, el 1 de diciembre de 2018. En lo que va del sexenio se calcula que ha dado más de 1,300 mañaneras, y cada mañanera en promedio dura una hora y media. Estas conferencias tienen el propósito de contar los avances de su gobierno. De esta manera, el ejecutivo establece una comunicación directa con la prensa e informa a la ciudadanía de su realidad. Este ejercicio resultó innovador, puesto que nunca había sido realizado por ningún presidente en el mundo<sup>1</sup>. Gracias a él se creó una imagen de cercanía con los ciudadanos y la prensa, pero desde sus inicios este espacio se usó para controlar la información y deslegitimar a los medios que critican las acciones de esta administración.

En esta era globalizada los medios de comunicación desempeñan un rol mucho más complejo debido a los medios masivos. La existencia de una enorme producción de información no asegura su calidad ni su utilidad para que las personas puedan interpretar los hechos de la realidad y participar en el debate público (Berfordt, 2018).

Sin embargo, es fundamental que los ciudadanos participen en la construcción de la realidad colectiva. Luhmann (2000) explica que los medios de comunicación crean una ilusión trascendental al presentar su versión de la realidad: “Lo que es la realidad de los medios, es decir, lo que aparece como realidad para ellos, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación”. Por esta razón, es importante reconocer la propia posición frente a la realidad y ser capaces de distinguirla.

---

<sup>1</sup>Aunque se han realizado ejercicios similares en América Latina, tales como “Enlace Ciudadano” programa de radio sabatino de Rafael Correa, expresidente de Ecuador, o Hugo Chávez en Venezuela con el programa semanal “Aló Presidente”.

---

Javier Del Rey Morató (1989), doctor en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, sostiene que una opinión pública bien informada y solvente es decisiva para controlar el poder político y desempeña funciones sociopolíticas: 1) sociocultural, 2) política y 3) político-democrática. De este modo, la opinión pública facilita la participación popular y la integración social, algo que sería imposible sin la intervención de los medios de comunicación.

Así, la relación que se establece entre la prensa y el poder político es crucial para el pleno desarrollo de la democracia, pues juntos construyen la realidad informativa que contiene la sociedad. A lo largo de la historia tenemos varios ejemplos de cómo los medios de comunicación fueron utilizados como herramientas de control y dirección por parte de los gobiernos, tal como se realizó en la era propagandística de la guerra fría o dentro del mismo régimen nazi.

Los medios de comunicación en la democracia son un pilar más dentro del Estado de derecho, porque tienen un papel importante en las decisiones que toma la ciudadanía. Los líderes políticos buscan apropiarse de la narrativa y hacer que les favorezca. AMLO hace uso de las Conferencias matutinas para imponer y presentar su realidad, buscando que éstas se conviertan en una fuente de información directa y dominante.

El control de la información, la deslegitimación de los medios, los sesgos informativos y la polarización de las verdades que caracterizan el sexenio de AMLO resultan preocupantes con respecto al pleno desarrollo democrático de la sociedad mexicana, en donde el derecho a la libertad de expresión se ve constantemente atacado, pues el presidente y la prensa mantienen una relación llena de fricciones que generan confusión y desinformación. Ante esta prensa descalificada el presidente busca actuar como un medio de comunicación fidedigno y legítimo.

## **Desarrollo**

En su carrera política AMLO construyó un discurso reforzado por sus propias experiencias en el que afirma que periodistas y prensa son controlados por intereses privados. La relación tensa entre el presidente y la prensa se remonta a finales de los años ochenta, cuando abandonó al Partido Revolucionario Institucional (PRI) y se postuló como candidato a la gubernatura de Tabasco por el PRD. La prensa en ese entonces boicoteaba a cualquier tipo de oposición al PRI y hacía propaganda para los candidatos de este partido. Cuando fue jefe de Gobierno en la Ciudad de México en el año 2000 empezó a realizar las conferencias matutinas (conocidas como mañaneras). Durante su gestión fue constantemente atacado por los medios de comunicación, específicamente por el duopolio de TV Azteca y Televisa (Valdés Vega, 2021), los mismos medios de comunicación que durante las elecciones presidenciales del 2006, junto con el gobierno del PAN, difundieron el discurso de que AMLO representaba un “peligro para México”.

Durante las elecciones de 2012 las televisoras apoyaron la candidatura del priista Enrique Peña Nieto y criticaron la postulación de AMLO. Sin embargo, en 2018, después de haber recorrido los 2,500 municipios del país —siguiendo con la tradición de la izquierda mexicana— y privilegiar los mítines durante su tercera campaña, fue electo presidente el 1 de julio con más del 50% de los votos.

En cuestiones de comunicación pública, el recién inaugurado gobierno de AMLO se caracterizó por dos prácticas específicas. En primer lugar, hizo un recorte masivo en la publicidad oficial que se otorgaba a los medios de comunicación. Esta práctica, que está vigente desde el siglo pasado, ha sido criticada porque los pagos son un mecanismo de control en la prensa. Al menos en los primeros tres años de su gobierno, AMLO gastó 75% menos del presupuesto que Enrique Peña Nieto en este mismo periodo (Animal Político, 2022).

---

Aunque cabe recalcar que en el sexenio de AMLO las malas prácticas en la gestión de la publicidad oficial persistieron. Los medios que más fondos obtienen siguen siendo TV Azteca y Televisa. *La Jornada* —el medio de izquierda— se convirtió en el tercero en obtener más recursos (Animal Político, 2022). De esta primera práctica se deriva la segunda práctica, que es en la que nos centraremos en este artículo: las mañaneras, que pretenden constituir un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas, aunque han probado ser un mecanismo para plantear y defender su proyecto transformador (Valdés Vega, 2021).

En la conferencia matutina del 10 de febrero de 2010 el presidente explicó que las mañaneras eran un espacio necesario para informar al pueblo de México: “Digo, si no existiera, si no tuviésemos esta posibilidad de estas mañaneras, nos tendrían arrinconados, como era antes, era una especie de chantaje: No me das dinero, aguántate, ahí te vamos”. En ese sentido AMLO admite que parte de su motivación para recortar la publicidad oficial es tener más control mediático. Es decir, llegar a la mayor cantidad de gente posible de la manera más directa.

Otro aspecto en la relación prensa–gobierno en el sexenio es la falta de protección a periodistas durante el sexenio (Ruiz Galicia, 2021). En 2020 se eliminó el fidecomiso No. 10232 para la protección de personas defensoras y periodistas, aunque el 25% del dinero sigue siendo entregado mediante la Secretaría de Gobernación. En este sexenio se ha cometido algún tipo de agresión a periodistas cada 16 horas, según Artículo 19 (2024), y 47 periodistas han muerto. En este contexto, el presidente no se pronuncia abierta y contundentemente para erradicar la violencia, al contrario, construye un discurso estigmatizador sobre la prensa.

Desde el espacio de las mañaneras se ha dedicado a señalar, descalificar y atacar a periodistas. En el año 2019, en un coloquio en la Universidad de Texas,

Salvador Camarena y Daniel Moreno, colaboradores de *Animal Político*, advirtieron sobre la estrategia de embate contra los medios, específicamente sobre la diferenciación que hacía entre la prensa “buena” y la prensa “fifi”, término de origen francés que se usaba de manera peyorativa en el Porfiriato. Observaron que los periodistas se enfrentaban a alguien con dinero, los canales de comunicación y las cámaras de diputados y senadores (Hernández, 2019).

Esta polarización amigo-enemigo tan recurrente en su discurso no sólo se aplica a los periodistas. Muchos académicos lo consideran populista, ya que cumple con las características esenciales, es decir, se muestra como protector del pueblo ante una élite que únicamente busca su beneficio. En ese sentido, AMLO se considera a sí mismo como líder del “pueblo bueno” mientras que a los medios de comunicación contrarios a él, a un amplio sector de empresarios e intelectuales del país y a los presidentes anteriores en la historia reciente, los considera un grupo corrupto y clasista, que buscan desestimar su proyecto. En ese sentido, la mañanera le sirve para comunicar este discurso reiteradamente.

Por ejemplo, el presidente se ha comparado en numerosas ocasiones con Francisco I. Madero, héroe de la Revolución Mexicana, que fue asesinado tras ser linchado mediáticamente por los medios oficialistas, específicamente *El Imparcial*, que apoyaba el régimen de Porfirio Díaz. En la mañanera del 14 de junio de 2021, después de una semana de las elecciones intermedias de ese año —en las que su partido perdió gran parte de las alcaldías en la Ciudad de México—, usó este ejemplo para explicar cómo los medios de comunicación manipulan a la clase media (Ramírez, González y Amezcuita, 2022). Hizo mención específicamente al periódico *Reforma* —al que comparó con *El Imparcial*—, que ha criticado constantemente su gestión.

A partir de estas elecciones, la clase media pasó a formar parte del grupo contrario, “los fifís”, ya que, debido al voto de este sector el partido perdió

---

gran parte de los cargos que se contendían (Ramírez, González y Amézquita, 2022). Los calificó de aspiracionistas y clasistas. A lo largo de ese mes dio varias características de quiénes eran la clase media, dijo que leen el *Reforma*, tienen títulos universitarios, son religiosos, pero “sólo en apariencia”. Cuando se le planteó que votaron en contra de su partido por el desplome de la línea 12 del metro en la Ciudad de México respondió: “La gente humilde y buena puede entender que puedan pasar estos terribles accidentes, pero la clase media no” (Ramírez, González y Amézquita, 2022).

Es decir, cualquiera que critique o cuestione su proyecto pasa a ser parte de los *fifís*, del grupo privilegiado que sólo busca su propio beneficio. María Eugenia Valdés Vega (2021) habla de las funciones de la conferencia matutina, que sirven para legitimar lo máximo posible su gobierno. Las mañaneras tienen una función didáctica: el presidente, mediante relatos tomados de la historia de México, la repetición de frases y etiquetas que adjudica a diferentes actores, impone una visión en particular sobre el país. También tiene una función de “derecho de réplica”, pues según AMLO no sólo los ciudadanos y los periodistas deberían responder a las críticas. Otra función es la de control de daños, ya que puede reencauzar las controversias muy rápidamente y la utilización de la opinión pública como tribunal en el que él puede presionar y exhibir a quienes lo cuestionan.

Otra función importante del ejercicio de las mañaneras es que AMLO protagoniza gran parte de la información. Todas las mañanas, al hablar de los temas que él propone e ignorar otros, dicta la agenda a los medios de comunicación, específicamente en la televisión. De esta forma el presidente hace uso de lo que Donald Shaw (1979) denominó *agenda setting*. Este término hace referencia a que los medios deciden qué noticias son importantes, lo cual modifica la noción de lo que es relevante en las audiencias. Además de que las audiencias son susceptibles al enmarcamiento que hacen de las noticias, es decir, a la interpretación o sesgo que hacen los medios sobre los

distintos hechos. En ese sentido AMLO establece la agenda del debate público todas las mañanas, y muchos medios la replican (Valdés, 2021).

El presidente le ha dedicado gran parte de su agenda matutina a “buscar la verdad”, exponiendo a periodistas e intelectuales que lo cuestionan. El 15 de octubre de 2020 mencionó a los periodistas que estaban en contra de su gestión: “Maricarmen Cortés, no sé de dónde sea; Leo Zuckermann; Pascal Beltrán del Río, éste es de *Excelsior*, también soy su cliente; Raymundo Riva Palacio... en fin. Nada más para aclarar”. César Ruiz Galicia (2021) dice que AMLO no solamente es un dirigente autoritario que ataca a la prensa, sino que se apoya en un sistema más complejo al que denomina “populismo mediático”, en el que también recompensa a los periodistas que escriben positivamente sobre su gestión. Tal es el caso de Sanjuana Martínez, a la que defendió cuando se descubrió que utilizó a Notimex para atacar a periodistas. El 22 de abril de 2020 mencionó a los periodistas a favor de su gestión: “Nos defienden creo que tres periodistas (...) Federico Arreola, que enfrenta toda esta campaña de calumnias; Enrique Galván, de *La Jornada*; (...) Pedro Miguel... Estoy tratando de recordar quiénes de la prensa (...) otro que escribe en *El País*, Jorge Zepeda Patterson, pero hasta ahí”.

Por otra parte, al diario *Reforma*, lo ha llamado “pasquín inmundo” y protector y patrocinador del expresidente Carlos Salinas de Gortari (Ruiz, 2021). En la conferencia matutina del 5 de enero de 2024 lo acusó de ser un medio alarmista, sensacionalista y conservador y que “No hay uno en el Reforma, un articulista, que no hable mal de nosotros. No hay uno”. El caso de exhibición más controvertido tal vez fue el de la conferencia mañanera del 11 de febrero de 2022, en la que reveló los supuestos ingresos millonarios del periodista de *Latinus*, Carlos Loret de Mola. “Gana más que yo”, dijo el presidente. Este episodio sucedió dos semanas después de que Loret de Mola publicara un reportaje que exhibía un presunto conflicto de interés en el que estaba implicado uno de los hijos de AMLO (Animal Político, 2022)

---

Todos los miércoles en las mañaneras se incluye la sección “Quién es quién en las mentiras de la semana”, a cargo de Elizabeth García Vilchis, que, según el perfil oficial de Twitter (X) de ese programa, tiene como objetivo “desmentir notas falsas, bulos y desinformación”. Fue realizada por primera vez el 30 de junio de 2021, cuando el presidente expresó: “La sección de estas conferencias destinada a dar a conocer las mentiras que se difunden en medios de información convencionales y también en las redes para que se vaya contando con información, con elementos y tengamos cada vez más una ciudadanía muy consciente, no susceptible de manipulación y que prevalezca siempre la verdad, que es la que nos hace libres, la verdad” (Dina, 2023).

El 8 de mayo de 2024, en “las mentiras de la semana” se habló de la controversia del caso de la pensión de Amparo Casar, presidenta de la asociación civil Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad —que ha sido crítica respecto a la falta de transparencia en el manejo de recursos en el gobierno de López Obrador—, pues, según el presidente la pensión vitalicia que recibe Casar de parte de Pemex debido a la muerte de su esposo Carlos Fernando Márquez Padilla es producto de un acto de deshonestidad, pues se hizo pasar un suicidio por un accidente laboral, acusándola de actos de corrupción. En esa sección García Vilchis criticó y señaló a periodistas, medios y personajes que manifestaron su apoyo a Amparo Casar en sus redes sociales, como Lorenzo Córdova, Enrique Krauze y Ciro Gómez Leyva, a quienes acusó de ser opositores del gobierno de la 4T. Asimismo, se hizo una mención positiva de Jorge Barrientos, periodista simpatizante de Morena, al manifestar su opinión sobre el caso.

Además, el 22 de mayo de 2024 se abordó el caso de los apagones en el país debido a la supuesta insuficiencia de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), que fueron cubiertos por distintos medios. García Vilchis declaró que los medios reportaron apagones que no ocurrieron, exponiendo imágenes de las notas que reportaron tales hechos, como *Animal Político*, *El País*, *El Economista*,

*El CEO* y *MVS Noticias*. Luego, recalcó las acciones de la administración de AMLO respecto de la infraestructura eléctrica, manifestando que se invirtieron 19,971 millones de dólares y afirmando que desde el 9 de mayo no ocurren cortes eléctricos en el país. “A la fecha, a pesar de las mentiras, los ataques y la desinformación constante, y también hay que decir a la alta demanda, la electricidad fluye y está garantizada. No se dejen engañar, por favor”.

Esta sección fue catalogada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) como un espacio utilizado por el poder ejecutivo para estigmatizar y descalificar el trabajo de la prensa, a través de la Relatoría Especial de la Libertad de Expresión (RELE) en su informe anual de 2022, publicado en abril de 2023. Ahí se establece que México continúa siendo uno de los países más peligrosos para ejercer el periodismo en el continente y en el mundo, y este programa activado por el presidente pone en riesgo las garantías de la libertad de expresión y la institucionalidad democrática de México.

La RELE insistió en que la sección carece de criterios válidos en el ámbito internacional para clasificar “desinformación”, “noticias falsas” o “mentiras”. En cambio, el espacio parece centrarse en contrarrestar la información publicada por ciertas personas y medios, o en noticias y reportajes que cuestionan o critican la gestión gubernamental. Esto podría convertirla en una instancia oficial de defensa del gobierno frente a las críticas, asemejándose más a la propaganda que a la verificación de información (Díaz, 2023).

## **Conclusión**

La principal función de la mañanera es posicionarse como fuente de información que respalde las decisiones del presidente y que de cierta forma reemplace a los medios. Para lograr la legitimidad AMLO considera necesario amedrentar periodistas y medios que lo cuestionan y posicionarse como único dueño de la verdad.

---

Como ya hemos argumentado, las mañaneras, más que construir un espacio de diálogo y transparencia entre periodistas y el poder ejecutivo, han resultado ser un ejercicio de defensa y posicionamiento. Los ataques, las menciones y en muchos casos la revelación de información privada sobre periodistas son faltas que pueden ser replicadas por funcionarios de menor nivel. Lo anterior ha sido documentado por Artículo 19 (2024), que en su informe de 2024 expuso que en los últimos seis años se registraron 3,048 agresiones contra la prensa, de las cuales 179 fueron lanzadas desde las mañaneras. Se identificó que autoridades municipales y estatales reiteraron 62 veces el mismo discurso, con frases e invectivas como “hampa del periodismo”, “hipócritas”, “prensa fifí”, “conservadores”, “fantoques”, “doble cara” y “corruptos”. A la vez, es importante entender que las conferencias matutinas no pueden sustituir a los medios de comunicación, ni necesariamente plantean una versión más apegada a la realidad. La consultora SPIN afirmó que en los primeros tres años de gobierno AMLO hizo 61 mil afirmaciones no verdaderas (Forbes, 2021). En ese sentido, la labor del periodista de investigar y desmentir a las autoridades es urgente.

El presidente juega con la existencia de una relación vertical–descendiente en el funcionamiento de la prensa y los medios de comunicación, pues busca un flujo de comunicación producido a partir de su administración hacia los ciudadanos, pero sin la posibilidad real de estos últimos de emitir mensajes en la misma dirección sin antes ser cuestionados y deslegitimizados.

Tanto académicos como organismos internacionales han declarado que las prácticas realizadas por López Obrador ante la prensa y los medios de comunicación atentan contra el derecho a la libertad de expresión y el acceso a la información. Frente a este gobierno, que cuenta con el apoyo mayoritario de la población, los medios de comunicación representan el verdadero contrapeso. Por ello, la prensa debe idear nuevas maneras de acercarse a las audiencias, producir contenido atractivo y accesible, con la finalidad

de que la ciudadanía cuente con una oferta informativa que propicie la autonomía y la pluralidad de opiniones.

La consolidación de una democracia plena y saludable en México requiere medios de comunicación libres, críticos e independientes, capaces de cuestionar y fiscalizar al poder sin ser objeto de ataques o manipulaciones. Es fundamental que la sociedad y las instituciones trabajen conjuntamente para proteger y promover un entorno mediático que refleje la diversidad de voces y perspectivas, garantizando así el derecho a la información y la libertad de expresión como pilares insustituibles del Estado de derecho.

## **Bibliografía**

Animal Político. (2022). “El gobierno de AMLO gasta 75% menos en publicidad oficial, pero mantiene malas prácticas”. *Animal Político*. Consultado en: El gobierno de AMLO gasta 75% menos en publicidad oficial, pero mantiene malas prácticas (animalpolitico.com)

Animal Político. (2022). “AMLO exhibe cifras de supuestos ingresos de Loret de Mola; son datos falsos, responde el periodista”. *Animal Político*. Consultado en: AMLO exhibe cifras de supuestos ingresos de Loret de Mola; son datos falsos, responde el periodista (animalpolitico.com)

Artículo 19. (2020). “Article 19, CPJ y RSF piden a AMLO cumplir con su compromiso de no estigmatizar el trabajo periodístico”. Consultado en: Article 19, CPJ y RSF piden a AMLO cumplir con su compromiso de no estigmatizar el trabajo periodístico - Artículo 19 (articulo19.org)

Artículo 19. (2023). “Violencia contra la prensa en México en 2023: ¿cambio o continuidad?” Artículo 19. Consultado en: <https://articulo19.org/violencia-contrala-prensa-en-mexico-en-2023/>

Artículo 19. (2024). “Violencia contra la prensa en México en 2023: ¿cambio o continuidad?”. Artículo 19. Consultado en: Violencia contra la

prensa en México en 2023: ¿cambio o continuidad? - Artículo 19 (articulo19.org)

Artículo 19. (2024). “Derechos pendientes: informe sexenal sobre libertad de expresión e información en México”. Artículo 19. Consultado en: <https://articulo19.org/derechospendientes/>

Berfordt, A. (2018). “La función de los medios de comunicación en un Estado de derecho. Un análisis a partir de la operación del sistema de los medios de comunicación en una sociedad democrática”. Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de Comunicación.

Bravo, J. (2009). Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado. Universidad Nacional Autónoma de México. Scielo. Recuperado de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v50n204/0185-1918-rmcps-50-204-57.pdf>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2000). Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión. CIDH. Recuperado de: <https://www.oas.org/es/cidh/mandato/documentos-basicos/declaracion-principios-libertad-expresion.pdf>

Del Rey, J. (1989). *La comunicación política*. Madrid: Eudema.

Díaz, G. (2023). Que desaparezca la sección “Quién es quien en las mentiras” de García Vilchis, recomienda la CIDH. *Proceso*. Recuperado de: <https://www.proceso.com.mx/nacional/2023/5/9/que-desaparezca-la-seccion-quien-es-quien-en-las-mentiras-de-garcia-vilchis-recomienda-la-cidh-306732.html>

Dina, E. (2023). “No es falso, pero exagera” y otras 7 pifias de García Vilchis, a 2 años de “las mentiras de la semana”. *El Universal*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/no-es-falso-pero-se-exagera-y-otras-7-pifias-de-garcia-vilchis-a-2-anos-de-las-mentiras-de-la-semana/>

- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Hernández, Julio (2019). "AMLO y los medios". *La Jornada*. Consultado en: <https://www.jornada.com.mx/2019/04/23/opinion/00801pol>
- Ramírez Plascencia, D.; Alonzo González, R. M. y Ochoa Amézquita, A. (2022). "Odio, polarización social y clase media en las mañaneras de López Obrador". *Doxa Comunicación*, 35, pp. 83-96.
- Ruiz Galicia, César Alan. (2021). "El populismo mediático: la relación entre López Obrador y la prensa durante sus primeros dos años y medio de gobierno". Tesis de maestría. Centro de Investigación y Docencia Económicas. Consultado en: <http://hdl.handle.net/11651/4453>
- Valdés Vega, María Eugenia. (2021). "Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018-2021)". *Polis*, vol.18, núm. 2, México.
- SDP Noticias. (22 de mayo de 2024). Quién es quién en las mentiras de la semana. Conferencia mañanera del miércoles 22 de mayo de 2024. SDP Noticias. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=9xAA2ZzqGSI&t=665s>
- Shaw, D. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette (International Journal for Mass Communication Studies)*, 25(2), 96-105.