

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx23.45-555>

Artículos

MINERÍA DE TEXTOS Y NARRATIVA POPULISTA: ANÁLISIS DE LA TRANSICIÓN AMLO-SHEINBAUM

TEXT MINING AND POPULIST NARRATIVE: AN ANALYSIS OF THE AMLO-SHEINBAUM TRANSITION

Sergio Rivera Magos

Universidad Autónoma de Querétaro, México

 <https://orcid.org/0000-0003-0624-501X>**Gabriela González Pureco**

Universidad Autónoma de Querétaro, México

 <https://orcid.org/0000-0001-8449-0868>Autor para correspondencia: Gabriela González Pureco, email: gabriela.gonzalez.pureco@uaq.mx

Resumen

Este artículo analiza la narrativa presidencial en la transición entre Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum, con el objetivo de identificar continuidades y rupturas en los marcos discursivos de la Cuarta Transformación. Para ello se construyeron dos corpus textuales integrados por las versiones estenográficas de las conferencias matutinas de AMLO (septiembre 2024) y el discurso de la toma de protesta y las mañaneras de Sheinbaum (octubre 2024), que fueron procesados mediante minería de textos en la plataforma Voyant Tools. La metodología permitió combinar lectura cercana y lectura distante para examinar patrones lingüísticos, frecuencia de términos y marcos narrativos utilizados. Los resultados muestran que, mientras el discurso de AMLO se caracterizó por un estilo populista confrontativo, polarizante y centrado en la figura del líder, el de Sheinbaum reproduce elementos de continuidad populista, aunque con un tono más institucional y técnico, desplazando el antagonismo hacia una narrativa de renovación y conciliación. La principal contribución de este trabajo radica en su dimensión metodológica: la incorporación de minería de textos con herramientas de código abierto demuestra que es posible aplicar técnicas de análisis computacional de manera accesible y rigurosa, ampliando las posibilidades de investigación en comunicación política.

Palabras clave: populismo, narrativa, minería de textos, AMLO, Sheinbaum.

Abstract

This article examines the narrative in the presidential transition between Andrés Manuel López Obrador and Claudia Sheinbaum, aiming to identify continuities and ruptures within the discursive frameworks of the Fourth Transformation. Two textual corpora were constructed from the stenographic versions of AMLO's morning

press conferences (September 2024) and Sheinbaum's inaugural address and morning press conferences (October 2024), which were processed through text mining using the Voyant Tools platform. The methodology combined close and distant reading to analyze linguistic patterns, term frequency, and narrative frames associated with populism. The findings reveal that AMLO's discourse was marked by a confrontational and polarizing style centered on the figure of the leader, whereas Sheinbaum's narrative retained key populist elements but adopted a more institutional and technical tone, shifting antagonism towards a narrative of renewal and conciliation. The main contribution of this study lies in its methodological dimension: by incorporating text mining through open-source tools, it demonstrates the feasibility of applying computational analysis techniques in an accessible yet rigorous manner, thus expanding research possibilities in political communication.

Keywords: populism, narrative, text mining, AMLO, Sheinbaum.

Recibido: 29/09/2025

Aceptado: 06/04/2026

Introducción

La comunicación presidencial en México no es sólo un medio para informar sobre las acciones gubernamentales; en los últimos sexenios se ha convertido en un elemento clave en la construcción y el sustento del imaginario político nacional, cuya relevancia se manifiesta en dimensiones que van desde la legitimación del poder hasta la configuración de identidades colectivas y la definición de narrativas nacionales (Meyenberg & Aguilar, 2015). En este sentido, el presidencialismo en México ha funcionado históricamente como la pieza central que cohesiona al régimen político, pero que, al mismo tiempo, brinda estabilidad y distorsiona el sistema representativo (Villa Aguilar, 2014). La figura presidencial ha trascendido su función administrativa para convertirse en un

símbolo de unidad nacional encarnando la investidura del poder y simbolizando la unidad y fortaleza del país (Camarillo Carrillo, 2025).

En este contexto, el modelo comunicativo de Andrés Manuel López Obrador representó una ruptura radical con los patrones tradicionales. Las conferencias matutinas conocidas como “las mañaneras”, se convirtieron en el producto central de la estrategia de comunicación presidencial (Rivera Magos & González Pureco, 2025), estableciendo un contacto directo y cotidiano con la ciudadanía que ningún presidente había implementado de manera sistemática (Higuera, 2024). Este modelo monopolizó la agenda pública durante seis años, con 1,423 conferencias (Salazar Méndez, 2024) que duraron en promedio 108 minutos cada una (Zapata Celestino, 2022), convirtiendo al presidente en el principal generador de noticias y debates públicos (Valdés Vega, 2022).

Tras ganar las elecciones presidenciales en 2024, Claudia Sheinbaum anunció su compromiso de mantener las conferencias matutinas, ahora denominadas “Las Mañaneras del Pueblo”, adaptando el formato, pero conservando su esencia como herramienta de comunicación directa (Pardo, 2024). En este contexto, el momento de transición presidencial AMLO-Sheinbaum representa una ventana crítica para observar continuidad o ruptura discursiva, por lo que esta investigación tiene el objetivo de analizar la narrativa populista en el discurso presidencial mexicano durante la transición entre Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum, mediante la identificación de elementos característicos de la narrativa *populista* —como la centralidad del pueblo, la figura de un líder carismático y la construcción de antagonismos (Laclau, 2005)—, identificados ampliamente en la literatura en torno a la comunicación de AMLO (López-Robles, 2024; Ríos Figueroa, 2022; Rivera Magos & González Pureco, 2024; Salgado Andrade, 2026; Salmorán, 2024); lo anterior, con el fin de explorar continuidades y transformaciones discursivas entre la narrativa de ambos gobiernos.

Narrativa populista

En el campo de la comunicación política, la narrativa puede definirse como una herramienta estratégica de construcción de sentido que trasciende la mera transmisión de información para articular una interpretación coherente de la realidad social y

política (Gómez Herrera, 2023). En este sentido, organiza acontecimientos, actores y conflictos en un relato inteligible capaz de conectar con las emociones, valores y marcos cognitivos de la audiencia (Lakoff, 2007). Su eficacia persuasiva radica en su capacidad de enmarcar (*framing*) los problemas públicos dentro de esquemas morales compartidos, delimitando lo correcto y lo incorrecto, identificando responsables y proponiendo soluciones. Así, la narrativa no sólo explica la realidad, sino que construye identidades colectivas, orienta percepciones y moviliza a la acción política, particularmente cuando se estructura mediante conflictos claros, lenguaje accesible y una lógica simbólica que apela al sentido común (Gallego García, 2023).

En el ámbito específico del populismo, esta narrativa opera como un modo particular de construcción de lo político que articula discursivamente identidades, antagonismos y demandas sociales en un marco simbólico simplificado y altamente emocional (López-Robles, 2024). Desde la teoría discursiva su configuración se basa en la articulación de demandas insatisfechas (Laclau, 2005) que dividen a la sociedad en dos campos irreconciliables: un “nosotros” (el pueblo) frente a un “ellos” (la élite o el *establishment*) (Laclau, 2005). La identidad del “pueblo” se construye de manera relacional y excluyente, definida en oposición a su adversario (Laclau, 2009), y se cohesiona mediante “significantes vacíos” (Laclau, 2005) que permiten condensar múltiples demandas bajo símbolos amplios y flexibles. Esta narrativa adopta una estructura dramática de

carácter casi mítico, donde el pueblo aparece como víctima, la élite como villano y el líder como figura redentora (Capdevila Gómez et al., 2023; López Núñez, 2025). Asimismo, su eficacia persuasiva se sostiene en un estilo comunicativo que privilegia la simplificación dicotómica, la apelación emocional y el uso de un lenguaje transgresor que desplaza la deliberación racional en favor de la movilización afectiva (Gallego García, 2023).

El populismo, en sí mismo, constituye un término ambiguo que no permite definiciones agudas e indiscutibles (Mouffe, 2019), ya que no corresponde a un régimen político específico ni a una ideología cerrada, sino que puede entenderse como un estilo de hacer política adaptable a distintos contextos bajo la apelación a lo “popular”. El debate conceptual radica en si se trata de un fenómeno específico o si, por el contrario, comparte rasgos con la política democrática en general, considerando que apelar al “pueblo” es una práctica común en el discurso político (Sola, 2021). No obstante, existe un “consenso blando” en torno a ciertos elementos centrales (Poblete, 2010): la reivindicación de la soberanía popular frente a las instituciones, la presencia de un liderazgo personalizado y carismático, y la división maniquea entre un pueblo virtuoso y una élite corrupta.

En este marco, el “pueblo” se erige como uno de los elementos discursivos fundamentales del populismo (Laclau, 2005), funcionando como una construcción política que permite articular demandas, movilizar emociones y concentrar poder (Hernández Bermúdez & Bárzaga García, 2021). Esta categoría opera simultáneamente como un

elemento integrador —que articula un “nosotros”— y como un dispositivo excluyente que delimita a “ellos”, ya sea la élite económica, política o cultural, o incluso otros grupos sociales (Laclau, 2005). A su vez, la noción de voluntad general requiere de un vocero que la encarne, lo que explica la centralidad del líder populista como figura que establece una relación directa con el pueblo, evidenciando una afinidad entre populismo y formas de democracia directa (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017).

El populismo de Andrés Manuel López Obrador

Diversos estudios académicos han abordado la comunicación de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en su relación con el *populismo* (Flores Pérez & Amador Murillo, 2022; Hernández Cortez et al., 2021; López-Robles 2024; Rivera Magos & González Pureco, 2024; Sánchez, 2023; Sarsfield, 2023), abordando tanto su discurso como sus estrategias mediáticas, especialmente las conferencias matutinas —“las mañaneras” — y el uso de redes sociales; así como estableciendo la relación entre populismo, polarización y desinformación.

Hernández Cortez et al. (2021) concluyen que lo nacional-popular es un rasgo distintivo de AMLO. Desde un enfoque clásico del *populismo*, López-Robles (2024) y Sarsfield (2023) identifican en el discurso de AMLO tres dimensiones centrales: apelación constante al “pueblo”, críticas a la élite y la defensa de la soberanía popular. Mientras que las conferencias matutinas, con más de diez millones de espectadores diarios (Murga, 2021), han sido

estudiadas como un fenómeno de comunicación populista y personalista, destacando la centralidad del líder, la polarización presente en éstas al negar la interlocución a opositores y críticos, y como un espacio que refuerza la legitimidad populista y la identificación con las demandas históricas del pueblo (Flores Pérez & Amador Murillo, 2022; Sánchez, 2023).

Sobre la estrategia de comunicación de AMLO, Rivera Magos & González Pureco (2024) muestran una relación existente entre el populismo, la desinformación y la polarización; así como la estructura presente en su estrategia de comunicación que parte desde el producto central, las mañaneras, y se disemina a través de una gran diversidad de canales y formatos mediante redes sociales y medios tradicionales (Rivera Magos & González Pureco, 2025). Flores Pérez (2024) observa cómo AMLO utiliza significantes vacíos como “transformación”, “pueblo” y simbolismos patrios para articular diferentes demandas sociales. Otros estudios muestran también la presencia de la retórica de la confrontación en la narrativa presidencial, mediante ataques sistemáticos, el uso del resentimiento social y la construcción de adversarios (periodistas, empresarios, organizaciones civiles y la clase media) (Ramírez Plascencia et al., 2022). Asimismo, se identifica la presencia de héroes patrios como estándares legitimadores (McPhail, 2022).

Las investigaciones anteriores muestran cómo AMLO articuló un estilo de liderazgo basado en la centralidad del “pueblo”, la confrontación con las élites, su figura como un líder carismático y la movilización simbólica a través de significantes

vacíos como “transformación” y referencias a héroes patrios; su estrategia comunicacional, centrada en las conferencias matutinas, diseminó su narrativa populista convirtiéndola en un dispositivo de legitimación y polarización permanente, sostenido por una estructura mediática multicanal que difunde, fragmenta y reproduce su discurso.

De manera general, desde una perspectiva metodológica, el estudio del populismo como discurso ha sido abordado desde tres grandes enfoques. El primero, de corte hermenéutico, se fundamenta en la propuesta de Laclau (2005) y se centra en la interpretación de la construcción de identidades políticas; el segundo, de carácter mixto-interpretativo, combina elementos positivistas y hermenéuticos para analizar marcos latentes de sentido en los textos, como en el enfoque desarrollado por Hawkins (2010); y el tercero, en el cual se enmarca este estudio, corresponde a un análisis de contenido cuantitativo basado en el conteo sistemático de elementos discursivos (Aslanidis, 2018).

Metodología

La presente investigación se inscribe en el enfoque de análisis de contenido cuantitativo, basado en el conteo sistemático de elementos discursivos (Aslanidis, 2018), al que se incorporan herramientas de minería de datos para examinar la evolución de la narrativa populista en el discurso presidencial mexicano durante la transición entre Andrés Manuel

López Obrador y Claudia Sheinbaum. Este enfoque permite operacionalizar empíricamente tres categorías analíticas centrales: 1) la apelación constante al “pueblo”, como rasgo distintivo de lo nacional-popular (Hernández Cortez et al., 2021; López-Robles, 2024; Sarsfield, 2023); 2) la confrontación sistemática con las élites y actores opositores, expresada en la construcción de antagonismos y discursos polarizantes (Flores Pérez & Amador Murillo, 2022; Ramírez Plascencia et al., 2022; Sánchez, 2023); y 3) su figura cómo líder, así como el uso de referentes históricos y héroes patrios como dispositivos de legitimación (Flores Pérez, 2024; McPhail, 2022).

Diseño analítico: lectura distante y lectura cercana

Para abordar la narrativa presidencial en la transición AMLO-Sheinbaum, este estudio adopta una aproximación combinada de lectura distante y lectura cercana. La lectura distante, en el sentido propuesto por Moretti (2013), permite observar patrones y transformaciones discursivas a escala de corpus, haciendo visible lo que la lectura individual no alcanza (Martos Núñez & Martos García, 2015), y ha demostrado utilidad para el análisis de contenido político (Sáenz Leandro et al., 2024). Este enfoque cuantitativo se apoya en la visualización de datos y en herramientas de procesamiento automatizado — como Voyant Tools— para mapear regularidades y contrastes lingüísticos (Martínez del Pezzo, 2024). En complemento, la lectura cercana —orientada a la unicidad del texto y a su interpretación retórico-

estilística desde una perspectiva hermenéutica— permite examinar fragmentos específicos para identificar modulaciones, estrategias y efectos discursivos. En esta investigación, ambas dimensiones se integran de manera complementaria: la lectura distante delimita patrones y recurrencias, mientras que la lectura cercana los ilustra y problematiza mediante el análisis de citas textuales seleccionadas por su relevancia.

En este marco, el uso de Voyant Tools resulta pertinente en términos de accesibilidad metodológica, ya que, a diferencia de otras herramientas que requieren conocimientos avanzados de programación, ofrece una interfaz intuitiva basada en entorno web que no requiere instalación ni formación técnica especializada (Mercado, 2021). En este caso, Voyant Tools permitió identificar patrones lingüísticos, temas recurrentes y tendencias en los corpus textuales conformados por las conferencias matutinas del último mes de mandato de AMLO (septiembre de 2025) y del primer mes del gobierno de Claudia Sheinbaum (octubre de 2025).

Delimitación y construcción del corpus

La selección del corpus obedece a criterios sustantivos y de comparabilidad. El corte temporal permite observar la transición discursiva entre el liderazgo saliente y el entrante sin interferencias de campaña, además de contar con corpus estenográficos oficiales equivalentes, lo que facilita el análisis comparativo. Este diseño busca maximizar el control analítico para identificar continuidades y

rupturas narrativas en el marco de la Cuarta Transformación.

Para la preparación del corpus, se recopilaron las versiones estenográficas de las conferencias matutinas disponibles en la página oficial del Gobierno de México; así como del discurso de toma de protesta de Claudia Sheinbaum. Éstas fueron organizadas en archivos individuales en formato Word, identificados con las iniciales del presidente o presidenta y la fecha (por ejemplo, AMLO02-09 y CS-01-10). Posteriormente, los documentos fueron normalizados mediante la eliminación de intervenciones de otros funcionarios y periodistas, así como de transcripciones de materiales audiovisuales presentados durante las conferencias.

Como resultado, se construyeron dos corpus, cada uno con 19 documentos correspondientes a cada una de las mañaneras durante el periodo señalado, el primero responde a las conferencias de AMLOⁱ y el segundo a las conferencias y al discurso de Claudia Sheinbaumⁱⁱ.

Procesamiento y análisis de datos

Los documentos fueron cargados en Voyant Tools, donde se aplicó un proceso de limpieza textual mediante el filtrado de palabras vacías (*stopwords*), tales como artículos, preposiciones y conjunciones. Posteriormente, se utilizó la función de frecuencia relativa para identificar la presencia y distribución de términos en el conjunto de documentos. A partir de este procedimiento, se elaboraron tablas de frecuencia que permitieron identificar términos

relevantes para la construcción narrativa, así como aquellos asociados a rasgos del discurso populista, tales como “pueblo”, “adversarios” o “enemigos”. Asimismo, se incorporaron categorías previamente identificadas en la literatura como características del discurso de AMLO (por ejemplo, “conservadores”, “expresidentes”, “fifis” y referencias al Poder Judicial) (Flores Pérez & Amador Murillo, 2022; Hernández Cortez et al., 2021; López-Robles, 2024; Rivera Magos & González Pureco, 2024; Sánchez, 2023; Sarsfield, 2023).

Los resultados se presentan, en una primera fase, de manera individual para cada corpus, permitiendo caracterizar la narrativa de cada actor político. Posteriormente, se desarrolla un análisis comparativo orientado a identificar continuidades y rupturas en la narrativa presidencial entre ambos liderazgos, con el objetivo de comprender la evolución del discurso populista en el contexto de la transición política reciente en México.

Resultados

En este apartado se presenta una breve contextualización política de ambos actores — Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum— para, posteriormente, exponer el análisis textual de los corpus mediante el estudio de frecuencias de términos presentes en sus conferencias matutinas. Este enfoque de lectura distante permite identificar patrones lingüísticos recurrentes y significados latentes asociados a

marcos narrativos del populismo, así como variaciones en su uso. Las frecuencias se ilustran con citas textuales seleccionadas que funcionan como ejemplos representativos, para constituir una lectura cercana con el fin de mostrar cómo dichos términos se articulan en el discurso presidencial. Finalmente, se realiza un análisis comparativo que permite observar tanto las continuidades como las transformaciones de la narrativa populista en el tránsito del liderazgo de AMLO al de Sheinbaum.

Análisis textual de las conferencias matutinas de López Obrador durante el último mes de su mandato

Andrés Manuel López Obrador (AMLO) fundó MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional) en 2011 y, después de dos contiendas electorales (2006 y 2012), en 2018 ganó la presidencia de México con el 53.19% de los votos por la coalición Juntos Haremos Historia, obteniendo una ventaja de más de 17 millones de votos sobre su contrincante más cercano. AMLO denominó a su proyecto político la "Cuarta Transformación", equiparándola en importancia histórica con la Independencia (1810-1821), la Reforma (1858-1861) y la Revolución (1910-1917), y sentó este movimiento, por lo menos narrativamente, en los principios fundamentales de "Por el bien de todos, primero los pobres", consigna que se convirtió en principio de gobierno: acabar con la corrupción y la impunidad, austeridad republicana en el ejercicio público, atención prioritaria a grupos vulnerables y regiones marginadas (García Casas, 2024).

El análisis del discurso de Andrés Manuel López Obrador durante sus conferencias matutinas del último mes de su mandato permite observar la alta frecuencia de términos como “pueblo” ($n = 402$), “México” ($n = 376$) y “país” ($n = 206$); así como “gobierno” ($n = 220$) y “reforma” ($n = 210$). Aparecen también discursos relacionados con “corrupción” ($n = 137$), “política” ($n = 139$), “salud” ($n = 54$) y “seguridad” ($n = 70$) (Tabla 1).

Tabla 1
Frecuencia de palabras mencionadas en las conferencias matutinas de Andrés Manuel López Obrador en septiembre de 2025

Término	<i>n</i>
Pueblo	402
México	376
Son	371
Mucho	356
Gobierno	220
Reforma	210
País	206
Gente	200
Presidente	193
Presidenta	131
Judicial	151
Política	139
Corrupción	137
Seguridad	70
Salud	54
Adversarios	50
Pobreza	30
Sheinbaum	14
enemigos	8
Fifis	7

Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Sus expresiones mantienen un tono populista que enaltece al pueblo bueno y sabio:

“Es un gran honor, un timbre de orgullo haber gobernado en un país con un pueblo tan bueno, noble, trabajador, fraterno, excepcional” [6 de septiembre].

“Imagínense, me retiro, me jubilo y quien va a ocupar mi lugar es una gente corrupta, insensible, que no le tiene amor al pueblo, que está de pelele de los oligarcas que han saqueado a México...” [3 de septiembre].

Se observan menciones constantes al término “presidente” ($n = 131$), tanto para referirse a él mismo como para referirse a personajes históricos de México, a expresidentes y a presidentes de otros países (Tabla 2).

“Y vaya que nos atacaron. También en eso primer lugar, después del presidente Madero, que ha sido el más atacado en toda la historia.” [3 de septiembre].

“Ah! porque están muy molestos, pensaban que no iba a consolidarse esta primera etapa de la transformación, y resulta que estamos terminando muy bien, por eso la gente está contenta. Pero ellos no quieren eso, ellos, o quieren un presidente pelele o un presidente debilitado.” [18 de septiembre].

Tabla 2.

Menciones a expresidentes en las conferencias matutinas de Andrés Manuel López Obrador en septiembre de 2025

Presidente	n
Felipe Calderón	71
Enrique Peña Nieto	46
Benito Juárez	26
Francisco I. Madero	24
Vicente Fox	19
Lázaro Cárdenas	17
Porfirio Díaz	13

Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Respecto a las menciones a otros presidentes, el expresidente más nombrado por AMLO es Felipe Calderón ($n = 71$), generalmente haciendo referencia al fraude electoral en 2006, a sus presuntas relaciones con el narcotráfico y a acusaciones de corrupción. Enseguida están las menciones a Enrique Peña Nieto ($n = 46$), y luego menciones a personajes históricos de México como el “presidente Madero” (Francisco I. Madero, 1911-1913), el “presidente Lázaro Cárdenas” (1934-1940), o el “presidente Juárez” (Benito Juárez), así como a otros presidentes latinoamericanos, también identificados como de corte populista, como el de Colombia o Nicolás Maduro de Venezuela, y naturalmente a los presidentes estadounidenses Biden y Trump.

“Voy a poner un ejemplo, la diferencia cuando gobernó Calderón entre un rico y un pobre en México, el rico tenía 34 veces más en promedio que el pobre, 34 veces más, y ahora, de acuerdo al Inegi, esa

diferencia se redujo a 15 veces, de 34 a 15.” [1 de septiembre].

“Ah, no, no, no, es mi amigo el presidente de Colombia. Y le expreso mi apoyo, mi solidaridad, porque está sometido a fuertes presiones de los grupos oligárquicos de Colombia. [3 de septiembre].

Asimismo, hace referencias a los expresidentes, Enrique Peña Nieto y Felipe Calderón e incluso a Vicente Fox.

“Porque imagínense que un presidente, como lo hizo Fox, nombre a sus secretarios como delegados en los estados para ayudar al candidato de su partido; o lo que hizo Calderón, que permitió que la candidatura del licenciado Peña manejara dinero araudales, pues se demostró de que utilizaron dinero de Odebrecht, de Pemex, para la campaña”. [1 de septiembre].

“Entonces, por eso tampoco es válido lo que dicen nuestros adversarios conservadores, de que hay polarización. ¿Y qué es la polarización? Que estuviésemos 50 50. Pero no, afortunadamente.” [3 de septiembre].

“...no es para presumir, no, pero es el México que no quieren ver nuestros adversarios y los intelectuales orgánicos o corruptos, alcahuetes del régimen de corrupción, no quieren, no quieren, no

quieren ver esa realidad. Les falta serenidad, objetividad. [17 de septiembre].

Sobre las menciones a la presidenta electa, Claudia Sheinbaum aparecen de manera frecuente, mostrando el respaldo a la “elección del pueblo” y confiando en la continuidad del movimiento.

“Pero muy bien porque es un buen relevo, o sea, yo estoy muy contento, mucho, mucho, muy contento con quien va a ser la presidenta de México, la presidenta Constitucional.” [2 de septiembre].

“Y, repito, y repito, y seguiré repitiendo: es una bendición el que el pueblo de México haya decidido, mediante un proceso democrático, como nunca, el que tengamos una presidenta como Claudia Sheinbaum Pardo. Es lo mejor que nos pudo haber pasado. Estoy muy contento.” [25 de septiembre].

Respecto a la construcción de enemigos se observa la presencia de términos como “adversarios” ($n = 50$), conservadores ($n = 47$) enemigos ($n = 8$) y fifis ($n = 7$). Este último se refiere al término utilizado por AMLO para nombrar a la clase media y alta de México que se ha enriquecido a costa de los pobres.

“La economía de México es muy fuerte. Ahorita le voy a dar otro dato, que no les

gusta mucho a nuestros adversarios, pero ya que estamos en el tema”. [4 de septiembre].

“Si el pueblo de México fuese un pueblo flojo, como decían los conservadores, un pueblo indolente, no saldría adelante en ninguna parte”. [2 de septiembre].

“Y cuando hablo de fifi no sólo es el aspiracionista, es que hay jóvenes, sobre todo, ¿no?, que son juniors o que son muy, muy conservadores. Fueron fifis, hijos de conservadores los que quemaron la casa de la familia Madero antes del asesinato de Francisco I. Madero, antes del golpe, antes de que asesinaran al Apóstol de la Democracia”. [17 de septiembre]

Asimismo, se observa un alto número de menciones a la oposición, PRI ($n = 50$), PAN ($n = 47$) y PRIAN ($n = 2$), expresión que agrupa a la oposición en general.

“Una de las cosas que me siento más, de las que me siento más satisfecho es que... Cuando Zedillo, precisamente, que estaba en ese plan de bipartidismo, que querían establecer un sistema bipartidista desde Salinas, PRI-PAN, porque en esencia es lo mismo. Llegué a decir en ese entonces de que la diferencia entre el PRI y el PAN era como la diferencia que había entre la Coca-Cola y la Pepsi-Cola, que eran lo mismo.

Hablábamos desde entonces del Prian”. [18 de septiembre].

El análisis textual de la narrativa de Andrés Manuel López Obrador durante su último mes como presidente confirma la vigencia y profundidad de su narrativa populista. A través de sus conferencias matutinas, reforzó los tres elementos centrales del populismo: el pueblo como eje moral y político de la nación; su figura como líder carismático heredero de las grandes gestas históricas; y la construcción de una dicotomía permanente entre “nosotros” —el pueblo y su movimiento— y “ellos” —los conservadores, adversarios y élites corruptas— (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017; Poblete, 2010).

Las menciones frecuentes a términos como “pueblo”, “México” y “gobierno”, así como los ataques a expresidentes, partidos opositores y clases medias identificadas como “fifis”, muestran una estrategia de comunicación centrada en la legitimación moral, la polarización simbólica y el refuerzo del legado de la Cuarta Transformación. Aún en su despedida, el discurso de AMLO mantiene su potencia ideológica, proyectando la continuidad del movimiento a través de su sucesora, Claudia Sheinbaum, a quien presenta como heredera del proyecto histórico del pueblo bueno y sabio.

Análisis textual del discurso de toma de protesta y las conferencias matutinas de Sheinbaum durante el primer mes de su mandato

Claudia Sheinbaum se convirtió en la primera mujer presidenta de México al asumir el cargo el 1 de octubre de 2024, tras ganar las elecciones de junio de 2024 con el 59.76% de los votos y 31 de los 32 estados (Guillén, 2024). El camino de Sheinbaum hacia la presidencia comenzó con la contienda interna de su partido Morena. Posteriormente, el 7 de septiembre de 2023, el presidente Andrés Manuel López Obrador anunció públicamente su apoyo a Sheinbaum y le entregó el “bastón de mando” como coordinadora de la Defensa de la Cuarta Transformación, describiéndola como una mujer con convicciones, con principios y honesta. La campaña de Sheinbaum se centró en ser la continuadora del proyecto de López Obrador, prometiendo el “segundo piso de la Cuarta Transformación” (Zedryk, 2024). Sheinbaum proyectó un perfil más técnico y dialogante que López Obrador.

El análisis textual del discurso de toma de protesta y las conferencias matutinas de la presidenta del 1 al 31 de octubre de 2025 muestra la presencia constante de expresiones como “México” ($n = 435$), “pueblo” ($n = 238$), “presidente” ($n = 211$). En menor medida aparecen términos relacionados con “pobreza” ($n = 14$) y menciones a partidos de la oposición: PRI ($n = 2$), PAN ($n = 9$) y PRIAN ($n = 8$) (Tabla 3).

Tabla 3

Frecuencia de palabras mencionadas en las conferencias matutinas de Claudia Sheinbaum en octubre de 2025

Término	n
México	435
Pueblo	238
Presidente	211
Judicial	194
AMLO	181
Reforma	176
Estados	169
Gobierno	161
Mujeres	156
Constitución	156
País	145
Nacional	142
Seguir	122
Programa	112
Jueces	104
Presidenta	80
García Luna	47
Corrupción	46
Felipe Calderón	35
Seguridad	19
Benito Juárez	19
Pobre (za)	14
PAN	9
PRIAN	8
Francisco I Madero	3
Enemigo	2
PRI	2
Enrique Peña Nieto	2

Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Sobre la presencia de la expresión “México”, ésta es utilizada como un término que agrupa al pueblo sin que apele a la unidad moral.

“...la grandeza cultural de México radica entre otras profundas visiones, en esta visión

comunitaria de ayudarnos los unos a los otros, que es parte de lo que recuperamos como el Humanismo Mexicano”. [9 de octubre].

“...la política exterior en México, siempre, es la búsqueda de la paz que hoy en México, o nuestra posición como México sigue siendo fundamental en ese sentido, y más por lo que está viviendo el mundo... “[17 de octubre].

Mientras que las menciones a pueblo, generalmente son “pueblo de México”.

“A mí me corresponde, primero, cumplirle al pueblo de México”. [17 de octubre].

Respecto a las menciones del término “presidente”, éstas se encuentran relacionadas sobre todo con Andrés Manuel López Obrador.

“Andrés Manuel López Obrador, uno de los grandes, el dirigente político y luchador social más importante de la historia moderna, el presidente más querido, sólo comparable con Lázaro Cárdenas” [1 de octubre, toma de protesta].

“...afortunadamente, el presidente López Obrador nos dejó finanzas muy sanas...” [10 de octubre].

“La corrupción es de los peores males, si no es que el peor mal que tuvo nuestro país. El presidente López Obrador avanzó muchísimo y hay que seguir avanzando.” [11 de octubre].

La Gráfica 1 muestra que en todas las mañaneras Claudia Sheinbaum mencionó en al menos una ocasión al presidente López Obrador, con un promedio de nueve menciones. El día que más lo mencionó fue el 2 de octubre ($n = 15$) y el día que fue mencionado en sólo una ocasión fue en el 7 de octubre. Por su parte el término “presidenta” está presente en significativamente menos ocasiones ($n = 80$), sobre todo para referirse a ella misma.

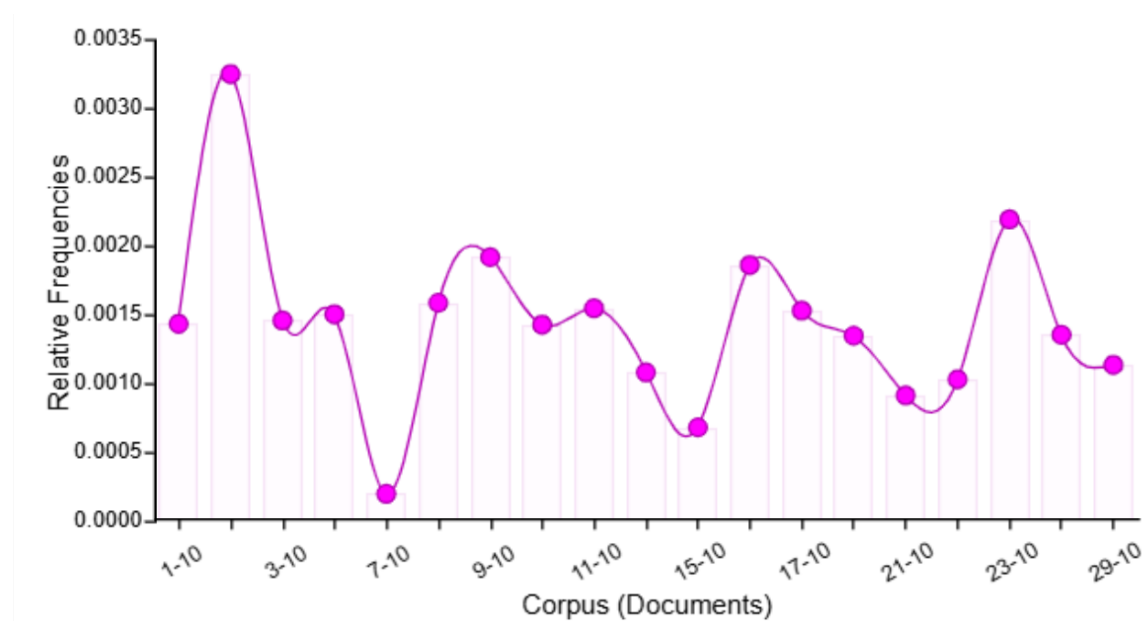
“...hay una empresa pública que creó el presidente López Obrador, que es la empresa que está hoy en la Secretaría de la Defensa Nacional, ellos administran el Tren Maya”. [7 de octubre].

“...cuando dije en mi discurso presidenta con ‘A’, porque lo que no se nombra no existe, bueno, ya casi nadie se atreve a decir ‘presidente’, ‘la presidente’, o sea, tuvo su impacto. Y es igual la ingeniera, no es ‘la ingeniero’, es ‘la ingeniera’; no es ‘la abogado’, es ‘la abogada’.” [16 de octubre].

“...porque además está por aprobarse la reforma constitucional para que ahora sí ya nadie gane más que la presidenta de la República.” [22 de octubre].

Gráfica 1

Distribución de menciones al presidente Andrés Manuel López Obrador en las conferencias matutinas de Claudia Sheinbaum durante octubre de 2025



Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Asimismo, se observa la presencia de temas heredados de la administración del presidente AMLO, como la reforma judicial ($n = 194$), la lucha contra la corrupción ($n = 46$) y el juicio a Genaro García Luna ($n = 47$), exsecretario de Seguridad Pública durante el gobierno de Felipe Calderón (2006-2012), quien fue juzgado por cinco cargos relacionados con el narcotráfico y corrupción.

“Queremos que se termine la corrupción en el Poder Judicial”. [1 de octubre, toma de protesta].

“Calderón también; qué tienen que decir de García Luna, que está demostrado que tenía nexos con el narco”. [9 de octubre].

Se observa la presencia, además, de términos como “país” ($n = 145$) y “nacional” ($n = 142$); así como las referencias a personajes históricos de México como Benito Juárez ($n = 19$) y Francisco I. Madero ($n = 3$) aunque en mucha menor medida que AMLO. Sobre la agenda propia de la presidenta se observan términos como “mujeres” ($n = 156$).

“Es tiempo de transformación y es tiempo de mujeres” [1 de octubre, toma de protesta].

“Por eso este programa de 60 a 64 fue diseñado con ese objetivo, de reconocer el trabajo de las mujeres; que también no debería de recaer sólo en las mujeres el trabajo del hogar, es algo que tiene que compartirse.” [7 de octubre].

Mientras que temas como “pobreza” ($n = 14$) y las referencias a otros actores e instituciones políticas se redujeron de manera significativa. Una marca también recurrente en su narrativa es la continuidad de los programas sociales ($n = 122$) implementados por el presidente AMLO.

“...vamos a seguir con los programas de Bienestar y va a haber más programas de Bienestar, y vamos a seguir aumentando el salario mínimo” [3 de octubre].

“...hay que atender las causas que provocan la migración, que vamos a seguir con los programas de apoyo que se daban a través de Amexcid”. [4 de octubre].

“La obra pública tiene que seguir, y los Programas de Bienestar tienen que seguir”. [10 de octubre].

“Que quede atrás el ‘nini’, que quede atrás la palabra ‘rechazado’ como parte del pasado que no queremos que vuelva, y que las y los jóvenes mexicanos tengan acceso al derecho a la educación, al derecho a la salud, al derecho al trabajo, y por eso Jóvenes Construyendo el Futuro va a seguir.” [16 de octubre].

Las conferencias matutinas de Claudia Sheinbaum durante su primer mes de mandato evidencian una narrativa de continuidad respecto al proyecto político de Andrés Manuel López Obrador,

pero con matices propios en estilo y énfasis temático. Aunque persisten referencias clave del discurso populista, como las menciones al “pueblo de México” y el respaldo explícito al legado de AMLO, a quien alude en todas las conferencias analizadas, su narrativa tiende hacia una formulación más institucional, técnica y menos polarizante. El término “México” aparece como eje integrador, con connotaciones más cívicas y menos moralizantes, y se destacan temas de agenda propia como la igualdad de género, con una fuerte presencia de la palabra “mujeres”, y el impulso a la continuidad de programas sociales. Las menciones a adversarios políticos, figuras históricas o términos polarizantes son menores en comparación con su antecesor.

Análisis comparativo de la narrativa presidencial durante las conferencias de prensa matutinas en la transición AMLO-Sheinbaum

El análisis comparativo de las métricas textuales de las conferencias matutinas muestra diferencias importantes tanto en la extensión como en el contenido del discurso presidencial entre AMLO y Claudia Sheinbaum (*Tabla 4*). En primer lugar, AMLO presenta un volumen de palabras mayor (132,214 palabras) en comparación con Sheinbaum (99,347 palabras), mostrando una estrategia discursiva más prolífica, espontánea o digresiva del expresidente frente a un estilo posiblemente más técnico o acotado de la presidenta actual.

Tabla 4*Métricas generales del texto*

	Extensión	Densidad del vocabulario	Palabras diferenciadas
AMLO	132,214	0.082	hubiese (33) fundamento (33) ojalá (32) periodismo (31) corruptos (31)
Sheinbaum	99,347	0.073	supuesto (45) ministras (39) disminuir (32) ciudadanía (29) juezas (26)

Fuente: Elaboración propia a partir del corpus comparativo en Voyant Tools

En cuanto a la densidad del vocabulario, se observa una mayor riqueza léxica en los discursos de AMLO (0.082) frente a Sheinbaum (0.073), mostrando un estilo más narrativo y diverso, vinculado con su apelación directa al “pueblo” y el uso de anécdotas y referencias históricas o culturales. Respecto a las palabras diferenciadoras, es decir aquellas presentes en un corpus pero no en el otro, AMLO utiliza términos como “periodismo”, “corruptos”, “fundamento” y “ojalá”, que denotan una retórica contestataria, crítica hacia la prensa y emocional, mientras que Sheinbaum utiliza palabras como “ministras”, “juezas”, “ciudadanía” y “disminuir”, que muestran un discurso más técnico, institucional y enfocado en políticas públicas con un lenguaje incluyente y de corte administrativo.

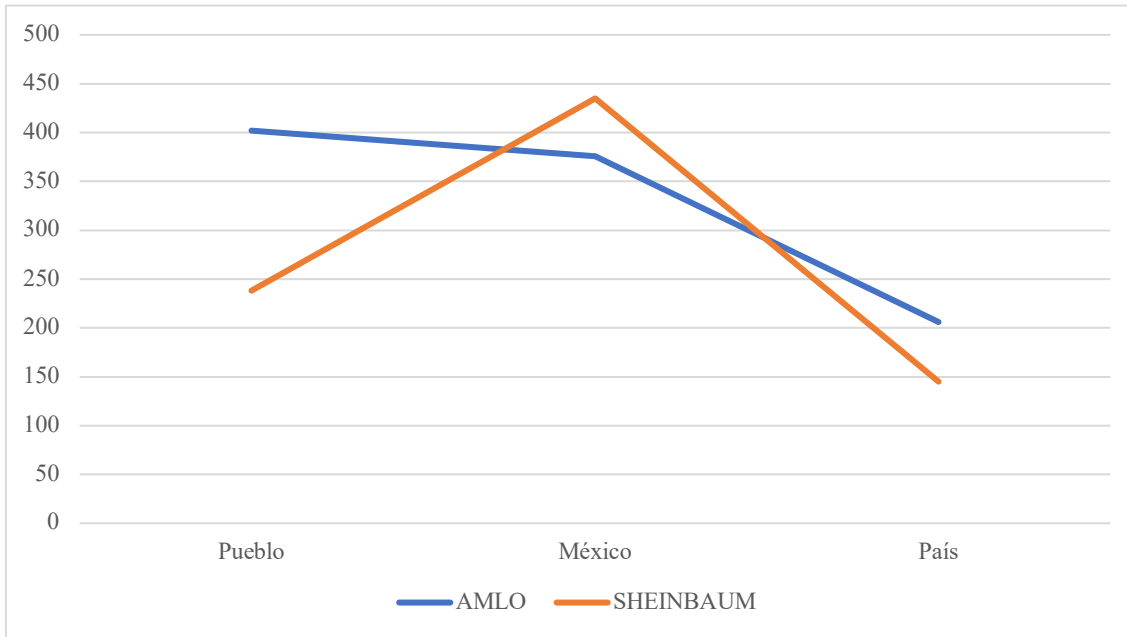
El análisis de la presencia de los términos “pueblo”, “México” y “país” muestran diferencias en ambas narrativas (*Gráfica 2*). El término “pueblo” aparece con mucha mayor frecuencia en el discurso de AMLO ($n = 402$) en comparación con Sheinbaum

($n = 238$), lo que muestra una narrativa populista más pronunciada durante el gobierno de AMLO, centrada en la construcción de una identidad colectiva entre el líder y el pueblo como sujeto político, elemento característico del populismo discursivo.

Por otro lado, Sheinbaum menciona más veces el término “México” ($n = 435$) que AMLO ($n = 376$), lo que puede interpretarse como una transición de un discurso centrado en el pueblo hacia una narrativa de Estado, que apela a lo nacional desde una lógica más institucional y generalista. Esta diferencia sugiere una modulación del estilo populista hacia una visión de país más integradora y menos dicotómica. Finalmente, en el uso del término “país”, ambos mandatarios lo emplean con menor frecuencia, aunque AMLO lo utiliza más ($n = 206$ frente a $n = 145$ de Sheinbaum), lo que podría indicar que, en ambos casos, la referencia directa al “pueblo” o a “México” tiene una carga simbólica más fuerte y estratégica en sus discursos que el concepto más abstracto de “país”.

Gráfica 2

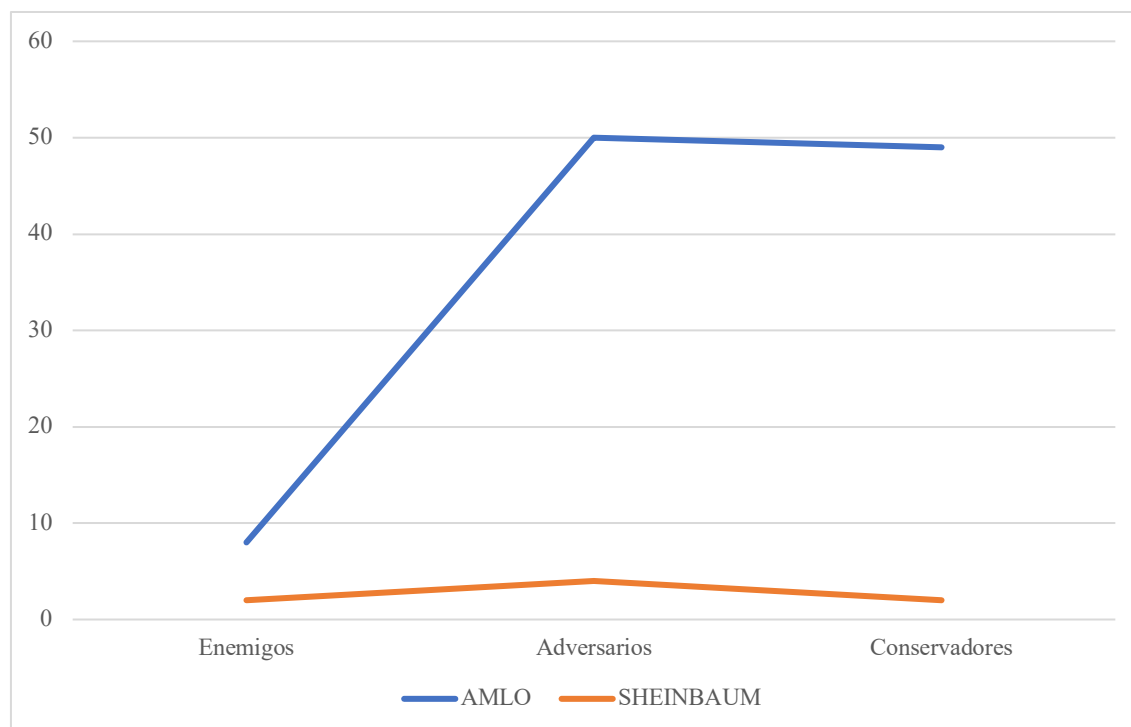
Presencia de los términos “pueblo”, “México” y “país” en las conferencias matutinas en la transición AMLO-Sheinbaum



Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

El análisis de las menciones a términos como “enemigos”, “adversarios” y “conservadores”, muestra una diferencia contundente entre el estilo discursivo de Andrés Manuel López Obrador y el de Claudia Sheinbaum (*Gráfica 3*). AMLO usó 107 veces estos tres términos en sus conferencias matutinas, frente a sólo ocho menciones por parte de Sheinbaum. El término “conservador”, tan presente en la narrativa de AMLO para deslegitimar a sus opositores políticos e ideológicos, aparece 49 veces en su discurso y sólo dos en el de Sheinbaum. Mientras que AMLO utilizó el término “adversarios” en 50 ocasiones y enemigos en ocho, Sheinbaum apenas los menciona, lo que puede interpretarse como una reorientación del liderazgo presidencial

hacia una narrativa de unidad y cooperación, con menor énfasis en la lucha política directa. Mientras el discurso de López Obrador se construía en gran parte desde una lógica de confrontación y polarización, Sheinbaum ha optado por un lenguaje más conciliador, institucional y técnico, minimizando la retórica de “nosotros contra ellos” característica del populismo antagonista. Aunque, no se puede perder de vista que este cambio en la narrativa también podría indicar que la legitimidad de Sheinbaum no requiere el mismo grado de antagonismo para consolidarse ante la opinión pública.

Gráfica 3*Construcción narrativa de enemigos en las conferencias matutinas en la transición AMLO-Sheinbaum*

Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

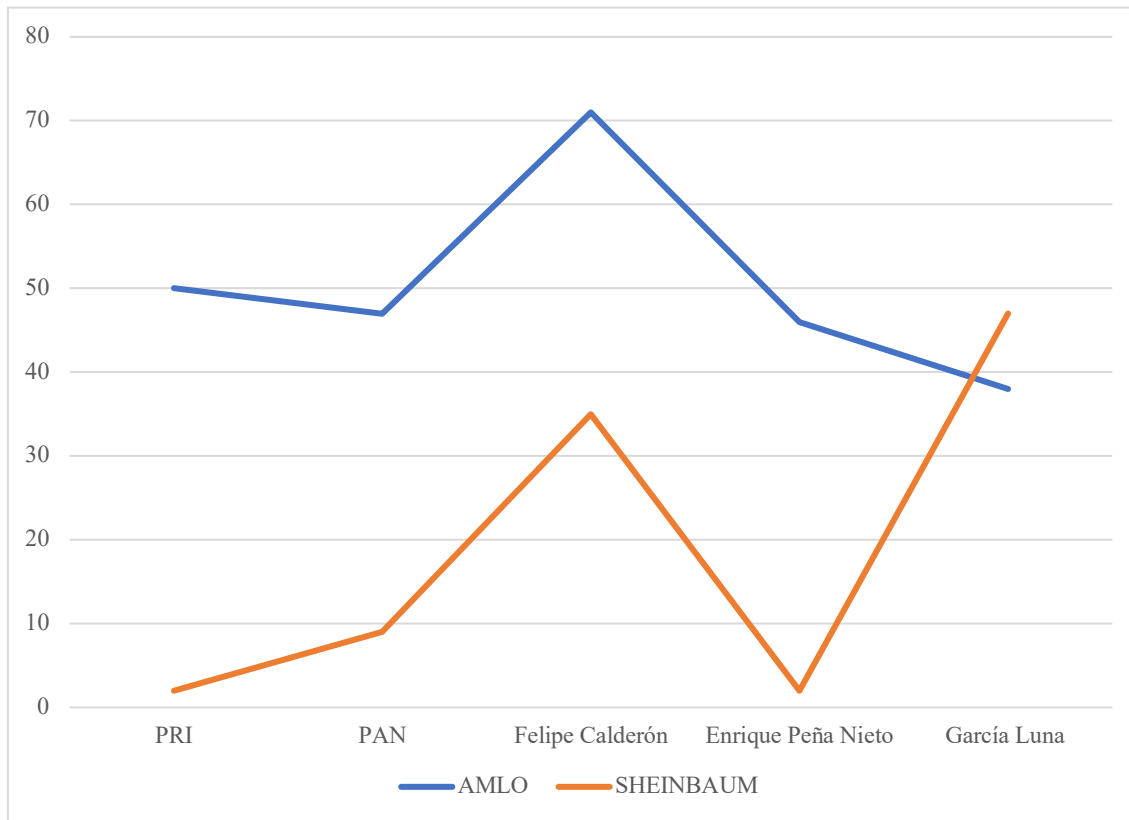
Respecto a las menciones a partidos y figuras de la oposición durante las conferencias matutinas, se observan diferencias en la manera en que el presidente y la presidenta abordan a sus contrapesos políticos desde el discurso público (*Gráfica 4*). Durante sus conferencias, López Obrador aludió reiteradamente al PRI ($n = 50$), PAN ($n = 47$), Felipe Calderón ($n = 71$) y Enrique Peña Nieto ($n = 46$), consolidando una narrativa que culpabilizaba a gobiernos anteriores de la situación nacional, usándolos como contraste para legitimar su propio proyecto político. Las menciones a García Luna ($n = 38$), personaje clave en el discurso anticorrupción y

de seguridad, también fortalecen esta narrativa de denuncia y justicia pendiente.

En contraste, Sheinbaum reduce significativamente las menciones a PRI ($n = 2$), PAN ($n = 9$) y Peña Nieto ($n = 2$), aunque mantiene cierta continuidad en el caso de Felipe Calderón ($n = 35$) y García Luna ($n = 47$), probablemente debido a su relevancia como símbolo de los excesos del pasado en materia de seguridad y justicia. Sin embargo, la menor recurrencia a los partidos de oposición y expresidentes muestra un distanciamiento del estilo confrontativo de su antecesor, apostando por una narrativa más institucional.

Gráfica 4

Menciones a la oposición y a otros actores políticos en las conferencias matutinas en la transición AMLO-Sheinbaum



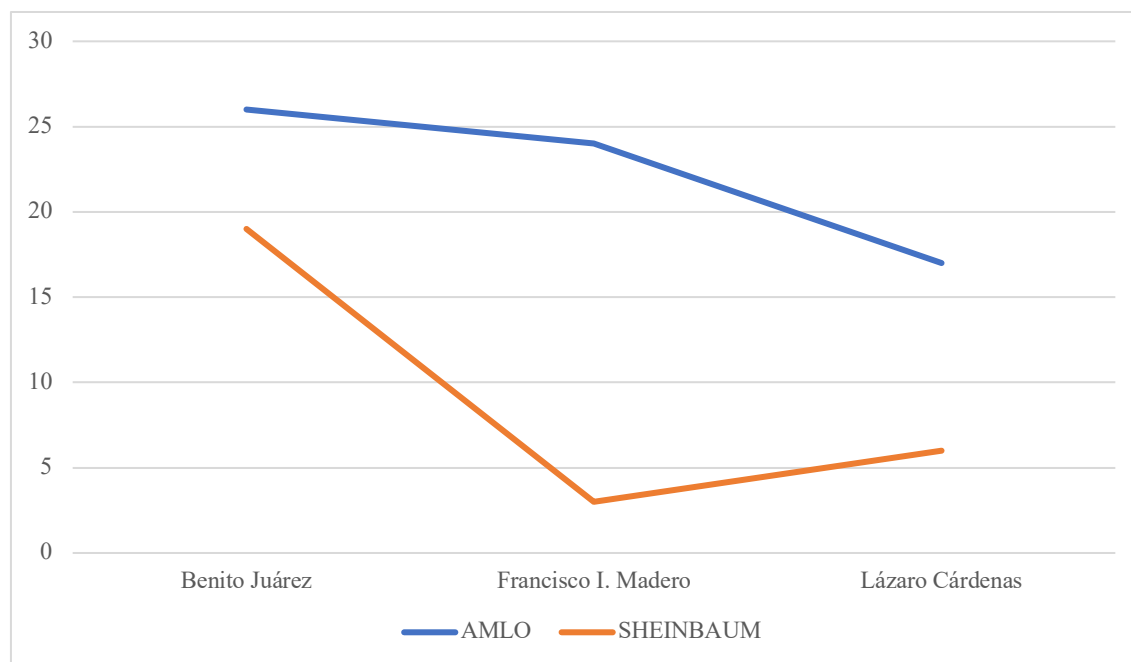
Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Durante su presidencia, Andrés Manuel López Obrador recurrió narrativamente, de manera constante a figuras históricas como Benito Juárez ($n = 26$), Francisco I. Madero ($n = 24$) y Lázaro Cárdenas ($n = 17$). Esta referencia reiterada a los líderes de los tres grandes momentos fundacionales del país —Independencia, Reforma y Revolución— responde a una estrategia de legitimación discursiva y construye la narrativa de la Cuarta Transformación como un proceso histórico inevitable y trascendental.

Así, AMLO se posicionó como el heredero y continuador de una gesta nacional, equiparando su proyecto político a los momentos fundacionales de México. En contraste, Claudia Sheinbaum mantiene la mención a Benito Juárez ($n = 19$), pero reduce notablemente la referencia a Madero ($n = 3$) y Cárdenas ($n = 6$). Este cambio puede interpretarse como un distanciamiento táctico de la narrativa heroica-histórica que caracterizó a su antecesor (Gráfica 5).

Gráfica 5

Menciones personajes históricos en las conferencias matutinas en la transición AMLO-Sheinbaum



Fuente: Elaboración propia a partir de Voyant Tools.

Discusión

El análisis de los resultados a la luz del marco teórico propuesto para examinar la narrativa populista permite identificar una reconfiguración —aunque no una ruptura— en las tres dimensiones del populismo: la centralidad del pueblo, la construcción de antagonismos y la figura del liderazgo carismático. En primer lugar, las diferencias en la extensión y densidad del discurso muestran estilos narrativos diferenciados que impactan directamente en la construcción de sentido político. El mayor volumen de palabras y la mayor riqueza léxica en el discurso de AMLO sugieren una narrativa más

expansiva, performativa y emocional, coherente con lo que la literatura identifica como un estilo populista basado en la dramatización del conflicto y la apelación directa a la audiencia (Gallego García, 2023). En contraste, el discurso más acotado y técnico de Sheinbaum apunta hacia una racionalización del lenguaje político, donde la narrativa mantiene su función de estructurar la realidad (Gómez Herrera, 2023), pero con menor carga emotiva y simbólica.

En términos de la centralidad del pueblo, el análisis confirma que AMLO articula su narrativa en torno a esta categoría como eje estructurante del discurso, lo que coincide con la perspectiva de Laclau (2005, 2009), donde el “pueblo” funciona como un significante vacío que condensa demandas heterogéneas y construye identidad política. La alta

frecuencia del término “pueblo” en su discurso refuerza esta dimensión identitaria y moralizante, donde el líder se posiciona como intérprete legítimo de la voluntad general (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). Por el contrario, el desplazamiento hacia el uso más frecuente de “México” en el discurso de Sheinbaum sugiere una resignificación del sujeto político: el pueblo no desaparece, pero se rearticula dentro de una narrativa más institucional y menos dicotómica. Este cambio puede interpretarse como una modulación del populismo, en la que el énfasis en la identidad colectiva se desplaza hacia una noción más completa de nación, reduciendo la carga antagonista sin abandonar completamente el marco populista (Mouffe, 2019).

En relación con la construcción de antagonismos, los resultados muestran una diferencia particularmente marcada. La alta frecuencia de términos como “adversarios”, “enemigos” y “conservadores” en el discurso de AMLO confirma la presencia de una lógica dicotómica que divide el campo político en dos bloques irreconciliables (Laclau, 2005). Asimismo, las constantes referencias a actores de la oposición y expresidentes refuerzan esta lógica de confrontación, funcionando como dispositivos narrativos de legitimación por contraste. En cambio, la notable reducción de estos términos en el discurso de Sheinbaum evidencia una atenuación de la lógica antagonista, llevando su narrativa hacia formas menos confrontativas y más institucionalizadas. No obstante, esta disminución no implica la desaparición del antagonismo, sino su reubicación en temas específicos —como el caso de

García Luna— que mantienen una narrativa de denuncia, aunque menos generalizada.

Finalmente, en cuanto a la figura del liderazgo carismático, los resultados permiten observar una transición en la forma de encarnar la autoridad política. En el caso de AMLO, su presencia discursiva, la referencia constante a sí mismo y a figuras históricas refuerzan su posicionamiento como líder carismático inscrito en una narrativa histórica de largo aliento, donde la Cuarta Transformación se presenta como continuidad de las grandes gestas nacionales (López Núñez, 2025). Esta estrategia fortalece la dimensión mítica del populismo, donde el líder actúa como figura redentora. En contraste, aunque Sheinbaum mantiene referencias al liderazgo de AMLO, reduce significativamente el uso de referentes históricos y la centralidad de su propia figura como eje narrativo. Su discurso se orienta más hacia la institucionalidad y la gestión, lo que podría interpretarse como una transformación del liderazgo carismático hacia una forma más tecnocrática o administrativa, sin abandonar completamente los elementos simbólicos del populismo.

Conclusiones

El análisis de la narrativa presidencial en la transición entre Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum permite afirmar que el populismo en la comunicación política mexicana se transforma y reconfigura en términos discursivos, estilísticos y estratégicos. A partir del enfoque de

análisis de contenido cuantitativo y minería de datos, se identificó que la narrativa populista mantiene elementos estructurales —como la apelación al pueblo y la legitimación del proyecto político—, pero presenta variaciones significativas en su intensidad, forma y función en el discurso de cada actor.

En el caso de López Obrador, los resultados confirman la persistencia de una narrativa populista robusta, caracterizada por la centralidad del “pueblo” como sujeto moral y político, la construcción de antagonismos explícitos frente a adversarios y élites, y el uso de referentes históricos como dispositivos de legitimación. Por su parte, Claudia Sheinbaum muestra una narrativa de continuidad en términos programáticos, pero introduce un giro hacia una comunicación más institucional, técnica y menos polarizante. Aunque mantiene referencias al “pueblo” y al legado de la Cuarta Transformación, su discurso privilegia categorías como “México” y “ciudadanía”. El análisis comparativo evidencia, por tanto, una transición desde un populismo de alta intensidad —centrado en la polarización, la dramatización del conflicto y el liderazgo carismático— hacia un populismo modulado o institucionalizado, en el que se conservan los marcos simbólicos, pero se reduce la confrontación discursiva y se incrementa la centralidad de la gestión pública. Este hallazgo refuerza la idea de que el populismo debe entenderse como un estilo comunicativo flexible que puede adaptarse a distintos contextos y liderazgos (Mouffe, 2029)

No obstante, este estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. En primer

lugar, el análisis se circunscribe a un periodo temporal acotado —el último mes del gobierno de López Obrador y el primer mes de la administración de Sheinbaum—, lo que si bien permite observar la transición, limita la posibilidad de generalizar los hallazgos a lo largo de todo el sexenio. En segundo lugar, el corpus se restringe a las conferencias matutinas, excluyendo otros espacios relevantes de comunicación política como redes sociales, discursos oficiales o entrevistas, lo que podría ofrecer una visión más amplia del ecosistema comunicativo. En tercer lugar, el uso de herramientas de análisis textual basadas en frecuencia de palabras implica una reducción de la complejidad semántica del discurso, por lo que ciertos matices interpretativos pueden no ser completamente capturados.

A pesar de estas limitaciones, el estudio aporta evidencia empírica sobre la evolución de la narrativa populista en México y abre nuevas líneas de investigación sobre la relación entre populismo, comunicación gubernamental y transformación del liderazgo político. En particular, resulta relevante explorar si esta modulación discursiva responde a una estrategia de consolidación institucional, a las condiciones del contexto político o a las características individuales del liderazgo. Asimismo, el uso de herramientas de minería de datos y análisis textual demuestra su potencial para el estudio sistemático de la comunicación política, especialmente en entornos donde la producción discursiva es constante, masiva y estratégicamente central.

Referencias bibliográficas

- Aslanidis, P. (2015). Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. *Political Studies*, 64(1), 88-104. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12224>
- Camarrillo Carrillo, R. (2025, November 12). El respeto a la investidura presidencial en México. *El Comentario*. <https://elcomentario.ucoj.mx/?p=272830>
- Capdevilla Gómez, A., & Moragas Fernández, C. M. (2023). ¿Qué metáforas utiliza el populismo? El discurso electoral en Vox en Twitter. In F. Guerrero-Solé, L. Mas-Manchón, & C. Virós i Martín (Eds.), *Populismo de extrema derecha y redes sociales: ¿El futuro de la democracia en juego?* (pp. 29–33). Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra. <https://doi.org/10.31009/cr.2023.01>
- García Casas, L. (2024, May 9). Radiografía económica del sexenio de López Obrador. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/es/radiograf%C3%ADa-econ%C3%B3mica-del-sexenio-de-l%C3%B3pez-obrador/a-69035985>
- Flores Pérez, C. C. (2024). Para entender la razón populista de Andrés Manuel López Obrador, Jefe del Estado Mexicano. Una mirada desde su discurso político en imágenes. *Atlante*, 21. <https://doi.org/10.4000/130p8>
- Flores Pérez, C. C., & Amador Murillo, J. (2022). The configuration of populism in Mexico through presidential communication. An analysis of AMLO's political discourse. *Argumentos, Estudios Críticos de la Sociedad*, 35(99), 23-49. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-01>
- Gallego García, P. (2023). *Populismo en redes sociales. Análisis del discurso del movimiento 15M, Podemos y VOX en Twitter* [Doctoral dissertation, Universidad Pontificia de Comillas]. Repositorio Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/83501>
- Gómez Herrera, C. (2023). Pluralismo semiótico y conducción mediática. Micropolítica crítica del signo a partir de Foucault. In A. Dafonte & M. Miguez (Coords.), *El fenómeno de la desinformación: reflexiones, casos y propuestas* (pp: 312-328). Dykinson.
- Guillén, B. (2024, June 8). Una campaña precisa, el arrastre de López Obrador y los errores de la oposición: las claves de la victoria de Claudia Sheinbaum. *El País*. <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2024-06-08/una-campana-precisa-el-arrastre-de-lopez-obrador-y-los-errores-de-la-oposicion-las-claves-de-la-victoria-de-claudia-sheinbaum.html>
- Hawkins, K. (2010). *Venezuela's Chavismo and Populism in Comparative Perspective*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511730245>
- Hernández Bermúdez, O. E., & Bárzaga García, M. (2021). El populismo como estilo comunicativo en América Latina (2016-2020). *Cuadernos de Nuestra América*, (1), 129-144. <http://www.cna.cipi.cu/cna/article/view/45>

- Hernández Cortez, N., Moya Vela, J., & Menchaca Arredondo, E. (2021). El discurso nacional-popular de Andrés Manuel López Obrador (2018-2020). *Revista Republicana*, (31), 39-54. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a106>
- Higuera, S. (2024, March 20). Las mañaneras de López Obrador en México, una forma única de comunicación señalada por ataques a la prensa. *LatAm Journalism Review*. <https://latamjournalismreview.org/es/articles/las-mananeras-de-lopez-obrador-en-mexico-una-forma-unica-de-comunicacion-marcada-por-ataques-a-la-prensa/>
- Laclau, E. (2005). *On populist reason*. Verso.
- Laclau, E. (2009). Populismo: ¿Qué nos dice el nombre? In F. Panizza (Comp.), *El populismo como espejo de la democracia* (pp. 51-70). Fondo de Cultura Económica.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Editorial Complutense.
- López Núñez, L. (2025). Populismo Judicial: Un caso de estudio. *Revista de Garantismo y Derechos Humanos*, 9(11), 178-211. <https://revistagarantismoyddhh.uatx.mx/pages/issues/numbers/no17/art-lopez-nunez.html>
- López-Robles, A. (2024). “Nada ni nadie estará por encima de la voluntad soberana del pueblo”: AMLO, las redes y el populismo contemporáneo en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (36), 137-159. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.36.86834>
- Martínez del Pezzo, A. (2024, September 4). *Guía para el Manejo de Voyant Tools*. Fundación Sociedades Digitales. <https://sociedadesdigitales.org/web/2024/09/04/guia-para-el-manejo-de-voyant-tools/>
- Martos Núñez, E., & Martos García, A. (2018). Categorizaciones de la lectura y praxis cultural en la era digital: distant reading vs. close reading. *Investigación Bibliotecológica Archivonomía Bibliotecología e Información*, 32(74), 19-33. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2018.74.57904>
- McPhail, E. (2022). Andrés Manuel López Obrador: communication strategies and personality cult. *Argumentos, Estudios Críticos de la Sociedad*, 35(99), 101-136. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-04>
- Mercado, M. J. (2021). *Voyant Tools, una herramienta gratuita para la minería de texto*. Ude@ Educación Virtual. <https://udearoba.udea.edu.co/home/voyant-tools-una-herramienta-gratuita-para-la-mineria-de-texto/>
- Meyenberg, Y., & Aguilar, R. (2015). *La comunicación presidencial en México 1988-2012*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza.
- Moretti, F. (2013). 2013. *Distant Reading*. Verso.
- Mouffe, C. (2019). The populist moment. *Simbiótica. Revista Eletrônica*, 6(1), 06-11. <https://doi.org/10.47456/simbitica.v6i1.27192>

- Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780190234874.001.0001>
- Murga, I. (2021, January 6). Las “mañaneras” de AMLO: ¿Populismo o rendición de cuentas? *Euronews*. <https://es.euronews.com/2021/01/06/mexico-las-mananeras-de-amlo-populismo-o-rendicion-de-cuentas>
- Pardo, D. (2024, November 1). Claudia Sheinbaum: cómo se comparan las “mañaneras” de la presidenta con las de AMLO (y qué dice de lo que será su gobierno). *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c0rgzgepx99o>
- Poblete, M. (2010, July 10th). *Populismo en cuanto discurso: Tres enfoques teóricos y metodológicos actuales*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política [Presentation]. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-036/817>
- Ramírez Plascencia, D., Alonzo González, R. M., & Ochoa Amezquita, A. (2022). Odio, polarización social y clase media en Las Mañaneras de López Obrador. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (35), 83-96. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1505>
- Ríos Figueroa, J. (2022). El poder judicial ante el populismo y la erosión democrática. El caso de México, 2018-2021. *Revista de Estudios Políticos*, (198), 187-217. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.198.07>
- Rivera Magos, S., & González Pureco, G. (2024). Populismo, desinformación y polarización política en la comunicación en redes sociales de los presidentes populistas latinoamericanos. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (36), 79-107. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.36.86828>
- Rivera Magos, S., & González Pureco, G. (2025). Ecología mediática en la estrategia de comunicación de AMLO. In L. Navarro Zamora, A. Delgadillo Grajeda, R. A. González Macías, A. Rodríguez Estrada, C. Muñiz Muriel, R. E. Arroyo Álvarez, C. C. Flores Pérez, D. González Hernández, E. P. Juárez Meléndez, H. Sánchez Gudiño, R. Gómez García, A. Cárdenas López, A. Flores Mérida, E. Bravo Torres Coto (Coords.), *Periodismo, comunicación política y política de la comunicación* (pp. 386-409). RIA Editorial. <https://www.riaeditorial.com/livro/periodismo-comunicacion-politica-y-politica-de-la-comunicacion>
- Sáenz Leandro, R., Alvarenga Fournier, X., & Reyes-Restrepo, L. C. (2024). La dimensión programática de la comunicación política en Twitter: el caso de las elecciones nacionales del 2022 en Costa Rica. In I. Siles González, C. Carazo Barrantes, & L. Tristán Jiménez (Eds.), *Del like al voto: Comunicación digital en las elecciones presidenciales de Costa Rica 2022* (pp. 25-84). Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/items/4847ca28-a2db-460f-aa34-7f8573830682>
- Salazar Méndez, A. (2024, September 30). AMLO encabezó mil 423 “mañaneras” durante su sexenio. *Milenio*. <https://www.milenio.com/politica/cuantas-mananeras-amlo-encabezo-en-su-gobierno>
- Salgado Andrade, E. (2026). Las mañaneras en la transición presidencial AMLO-Claudia Sheinbaum. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (40), 183-206. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2026.40.93027>

- Salmorán, G. (2024). *Populismo. Historia y geografía de un concepto*. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Sánchez, A. S. (2023). Comunicación política y conflicto en México: las Mañaneras y la construcción de los adversarios en la administración de Andrés Manuel López Obrador. *Más Poder Local*, (54), 76-95. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.189>
- Sarsfield, R. (2023). Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (35). <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85518>
- Sola, J. (2021). La confusión populista: problemas conceptuales y sesgos ideológicos. *Revista Internacional de Sociología*, 79(2), e187. <https://doi.org/10.3989/ris.2021.79.2.20.02>
- Valdés Vega, M. E. (2022). Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018-2021). *POLIS México*, 18(2), 7-38. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/polis/2022v18n2/Valdes>
- Villa Aguilera, M. (2014). Del presidencialismo omnimodo al presidencialismo disfuncional. *El Cotidiano*, (187). <https://elcotidianoenlinea.azc.uam.mx/index.php/numeros-por-articulos/no-187-tres-decadas-de-seguimiento-cotidiano/del-presidencialismo-omnimodo-al-presidencialismo-disfuncional>
- Zapata Celestino, K. (2022). *Las “mañaneras” de AMLO y los abusos de la comunicación presidencial*. CEEY Editorial. <https://ceey.org.mx/wp-content/uploads/2022/12/Zapata-Celestino-2022-Premio-MEY.pdf>
- Zedryk R. (2024, May 30). *Claudia Sheinbaum, en el cierre de su campaña a la presidencia: “Me comprometo a guardar el legado de López Obrador.”* El País. <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2024-05-30/claudia-sheinbaum-en-el-cierre-de-su-campana-a-la-presidencia-me-comprometo-a-guardar-el-legado-de-lopez-obrador.html>

Notas

ⁱ Corpus integrado por las mañaneras durante el último mes de mandato de AMLO: <https://voyant-tools.org/?corpus=e4440fbdd266c8be0d3aefa8f05ccf12>

ⁱⁱ Corpus integrado por el discurso de toma de protesta y las mañaneras durante el primer mes de mandato de Sheinbaum: <https://voyant-tools.org/?corpus=07398828c19a77b239eef21bb8ad0dc1>