

El *ethos* mediático como recurso del poder en un gobernante mexicano

O *ethos* midiático como recurso do poder em um governante mexicano

The media *ethos* as a power resource in a mexican ruler

María Eugenia Flores Treviño¹

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

maria.florestr@uanl.edu.mx

RESUMEN: Este trabajo contiene una aproximación al discurso político mexicano. Tiene como objetivo explicitar los rasgos del *ethos* mediático construido por el actual presidente Andrés Manuel López Obrador y las estrategias de poder que en él emplea. Desde el Análisis del discurso enfocamos el performance, la identidad y su relación con los dramas sociales; sobre la teoría de la producción social del sentido; así como las implicaciones entre el discurso, la creencia, el poder y sus modalidades para prefigurar el *ethos* en el discurso político del sujeto estudiado. En la metodología son útiles las funciones estratégicas del discurso político, los marcos sociales de referencia, la imagen social y el concepto de estigma a la luz de los cuales examino la persuasión y la coerción que se ejercen en el discurso presidencial. El resultado principal apunta a un empleo y aprovechamiento del poder detentado por el locutor por el rango social al que pertenece, así como la figura de autoridad y la distancia social entre él y sus receptores, para construir una identidad virtual alternativa que le permite ridiculizar y estigmatizar los referentes en su discurso que resulta en un proceso mediante el que se coloca al referido en posición de subalternidad.

Palabras clave: Discurso político; *Ethos* mediático; Populismo; Poder; Subalternidad.

ABSTRACT: Este artigo contém uma abordagem do discurso político mexicano. Seu objetivo é explicitar as características do *ethos* midiático construído pelo atual presidente Andrés Manuel López Obrador e as estratégias de poder que nele emprega. A partir da Análise do Discurso, focalizamos a performance, a identidade e sua relação com os dramas sociais; sobre a teoria da produção social de sentido; bem como as implicações entre discurso, crença, poder e suas modalidades para prefigurar o *ethos* no discurso político do sujeito estudado. A metodologia utiliza as funções estratégicas do discurso político, dos quadros sociais de referência, da imagem social e do conceito de estigma, à luz dos quais examino a persuasão e a coerção exercidas no discurso presidencial. O principal resultado aponta para o uso e uso do poder detido pelo falante devido à posição social a que pertence, bem como à figura de autoridade e à distância social entre ele e seus receptores, para construir um processo pelo qual o referido é colocado em posição de subalternidade, construindo uma identidade virtual alternativa que lhe permita ridicularizar e estigmatizar os referentes em seu discurso, construir uma identidade virtual alternativa que lhe permita ridicularizar e estigmatizar os

¹ Doctora en Humanidades y Artes. Url: <https://www.uanl.mx/investigadores/maria-eugenia-flores-trevino/>

referentes em seu discurso e que resulte em um processo que coloque o referente em posição de subordinação.

Palavras-chave: Discurso político; *Ethos* midiático; Populismo; Poder; Subalternidade.

Introducción

En los procesos gubernamentales en los países democráticos de todo el mundo, es posible observar cómo las y los sujetos en el poder apelan a la construcción, en el imaginario social de sus adeptos, de una imagen que perciben como la deseable por ese público. Y no reparan en que la relación que esa imagen tenga con la realidad sea cercana o no, pero es indudable que se trata siempre de rasgos o características de personalidad que son construidas más bien a partir del conocimiento y creencias sociales, que de la psicología. La actual gestión gubernamental en el suelo mexicano produce varios tipos de discursos y estrategias persuasivas mediante las cuales el actual presidente trata de obtener el favor de los ciudadanos a partir de la edificación de una personalidad que responde a los anhelos de la población, como ya hemos abordado en otros trabajos (Flores; Infante, 2016).

El problema que da origen a este trabajo es responder, dentro del análisis del discurso político mexicano a la cuestión ¿Qué tipo de discurso han utilizado los dirigentes con la voluntad de influir, orientar o condicionar determinados comportamientos de los ciudadanos? Especialmente interesan aquellos recursos que forman al *ethos*, es decir: las características, discurso, “rasgos y modos de comportamiento que conforman el carácter o la identidad de una persona o una comunidad” (RAE, 2024), porque creemos que, hasta ahora han sido un efectivo recurso para convencer a una desprevenida y desinformada ciudadanía de que el país está viviendo una época gloriosa.

El trabajo consta de una introducción donde aclaro los puntos de partida que permiten abordar el estudio. Luego trata sobre el performance, porque creemos que es precisamente (Flores; Infante, 2014) este proceso, relacionado con la identidad y los dramas sociales, guían a una mejor comprensión sobre la teoría de la producción social del sentido. Enseguida discuto las relaciones entre discurso, poder, creencia y sus modalidades, para llegar al papel del *ethos* en el discurso político. Prosigue el examen del discurso en estudio -el del presidente Andrés Manuel López Obrador- ofrezco resultados y termina el trabajo con unas palabras de cierre.

1. Marco referencial

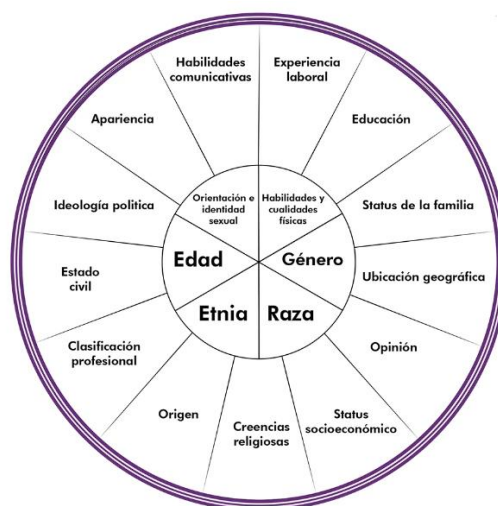
El contexto socio político que rodea este estudio hace necesario que se aborden las crisis mexicanas. Nuestro país atestigua grandes brechas sociales, económicas, educativas y digitales intensificadas y evidenciadas después de pandemia. Los dispositivos del poder (Flores, 2021) imperan y operan cada vez más abrumadoramente para mantener las subalternidades en la sociedad. El gran problema de la migración a causa de las guerras y las crisis políticas que vive América latina, entre otros motivos, han sobrecargado de obligaciones y preocupaciones a las fronteras mexicanas, mientras que los gobiernos populistas (Flores; Infante, 2018), ocupados en sus propios fines, se desempeñan con estrategias insuficientes que puedan prevenir o resolver los problemas sociales emergentes que sufren estas comunidades, los cuales van desde las vejaciones y violaciones a los derechos de los migrantes sufridas por ellos en el trayecto a su destino (Castorena; Flores, 2020), en un país donde el tráfico y sacrificio de personas ha alcanzado terribles resultados, como el asesinato masivo sufrido por 72 migrantes en San Fernando, Tamaulipas en su ruta hacia Estado Unidos, ocurrido en agosto de 2010 (Peralta, 2010). A ello se añade la exclusión sufrida por los pueblos originarios (por ignorancia, por racismo y por clasismo, entre otras causas), que son colocados en un plano de subalternidad, como comentamos en Castorena y Flores (2020). A estas circunstancias se añade el problemático aumento de las violencias: doméstica, laboral, de género y feminicidios cuyas estadísticas son cada vez más altas y preocupantes. Se vive bajo un ambiente de presiones políticas recibidas de parte del gobierno de Estados Unidos en lo económico, en lo político, en lo migratorio, en lo social. etc.

Es inevitable considerar que la circunstancia actual del sujeto en México está enmarcada por la interseccionalidad, que es: “una metáfora que ha proporcionado una forma de entender y visibilizar formas de discriminación específicas basadas en múltiples rasgos que se construyen en la cotidianeidad” (Pérez Portilla, 2022). Este concepto y su origen se describen enseguida:

La interseccionalidad se plantea inicialmente durante la segunda ola del feminismo y va muy ligado al término discriminación interseccional. Este concepto fue acuñado por primera vez en 1989 por Kimberle Williams Crenshaw, profesora estadounidense dedicada a la investigación sobre género femenino y etnia negra (Imaginabienestar, 2020).

De tal manera que las personas que hemos nombrado líneas arriba se encuentran ubicadas socialmente en algunas de estas formas de discriminación ya sea por su origen étnico, por su nivel social, por su preferencia sexual, por el lugar en que radica, por el grupo social al que pertenece o por rasgos o capacidades físicas que posee, entre otras situaciones. Enseguida se ilustran las diversas formas de violencia que integran esas interseccionalidades en la Figura 1:

Figura 1



Fuente: Imaginabienestar.com (2020).

Con respecto a estos procesos discriminatorios que impactan abrumadoramente a México, que se articulan como dispositivos de poder diversos (Flores, 2021) y que, como operativos de violencias que son, se expresan mediante el discurso (Segato, 2013), consideramos, como lo afirmamos en Flores (2021, p. 17):

[Que estos dispositivos] están en continua creación y articulación con otros puntos de conexión, con otros dispositivos; por lo que el estudio de alguno solo puede delimitarse a un momento particular, a una situación específica, quizá efímera (los elementos que lo componen se encuentran en constante movimiento) que, para ser plenamente funcional, deberá ser interpretada a la luz de otros dispositivos, más actuales que la circunscriben.

Este es el contexto en que se gesta el discurso que ahora discutimos.

2. El discurso político, la imagen social y el performance

Este acercamiento que parte de la premisa de que el sentido de discurso es social porque se construye a partir de la interacción entre las personas: “El discurso es social porque las palabras y los significados se construyen en la interacción social, y dependen de la interacción entre grupos, así como de los lugares y de los propósitos de su interacción” (Bolívar, 2003, p. 12) entre sus fundamentos, considera a las categorías cognitivas que se refieren a los conceptos constitutivos del sistema referencial del texto propuesto por Benveniste (1997), así como el funcionamiento de los índices (Maingueneau, 1976) en el discurso, que son útiles para establecer el anclaje personal, agencial, temporal y espacial; igualmente nos es provechoso atender a la expresión de acciones lingüísticas involucradas en la designación de las personas referidas como el centro de la enunciación. Nos apoyamos en los aportes de Charaudeau, quien enuncia: “Así, el lenguaje se vincula con la acción, pero en la medida que el sujeto locutor trata de influir sobre el interlocutor. Más o menos conscientemente éste lo sabe y puede aceptar ese intento de influencia, oponerle resistencia, rechazarlo o responder a él utilizando recursos de contra influencia” (2009, p. 9).

Dentro de los estudios del discurso político, considerado éste como una práctica semiótico-discursiva (Haidar, 2006), y a partir de la experiencia desarrollada en estudios precedentes, creemos que aquellas aproximaciones que se refieren a la edificación de la imagen socio discursiva de los agentes políticos son muy enriquecedoras, pues permiten el acceso al conocimiento y esquematización de las estrategias sociopragmáticas, retóricas y semiótico-discursivas que los agentes políticos emplean para persuadir a sus seguidores, e igualmente resultan provechosas para ofrecer interpretaciones con respecto a las motivaciones del/a enunciatario/a, como ya mostramos en algunos estudios previos (Flores; Infante, 2014; 2016; Flores, 2019).

En este trabajo, a través del estudio de la muestra, atestiguamos el proceso resultante de la conjugación de una formación imaginaria (Pêcheux, 1978) jerárquica -por la posición política del enunciador, que es la de presidente de la República Mexicana- en una circunstancia enunciativa específica – “Las mañaneras”, un espacio comunicativo creado por su administración- en la cual se dirige diariamente a la ciudadanía; asimismo, de una representación dramática y de la edificación de una imagen social (Goffman, 2001) *ad hoc* para la circunstancia; que dan como resultado el armado de un poderoso dispositivo -en el sentido Foucaultiano (Foucault, 1970a) – en el que se constituye un verdadero performance que es utilizado como recurso discursivo del poder (Foucault,

1970b); el cual cumple con las condicionantes de las que trata Charaudeau: “[...] diremos que la posición de poder del sujeto depende de tres condiciones : un actuar sobre el otro, una exigencia de sumisión del otro, y algo en virtud de lo cual se justifica esa exigencia” (2009, p. 16). En virtud de que: 1) El presidente AMLO² actúa sobre las otras personas del país mediante su discurso, dada su investidura y perfil de líder populista; 2) demanda sumisión en virtud de ser el Jefe Máximo del poder ejecutivo del país y Jefe de las fuerzas armadas de la nación y cuenta con poder para someter iniciativas y reformas de ley ante la Cámara de Senadores del país; 3) la exigencia de sumisión se justifica por la jerarquía social que actualmente detenta.

2.1. Consideraciones sobre el performance

El performance es para Goffman (2001, p. 27): “La actividad total de un participante en una ocasión dada, que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes”; tenemos entonces la agencialidad para actuar sobre los demás, pero además del conjunto de acciones, involucra la parafernalia, apariencia, gestos, lenguaje y el espacio, situación o circunstancia en que se desarrolla el discurso, ya que: “Durante una performance, el sujeto produce mensajes de diferente tipo, a saber: lo que dice verbalmente, lo que expresa su fachada personal, sus gestos, posturas y ademanes y el medio que lo rodea (el mobiliario, el decorado y otros elementos)” (Peplo Franco, 2014, p. 6).

Y tal, como lo afirma Goffman (2001), Peplo Franco indica que: “Tanto la actividad señalizadora que el actor controla (lo que dice o expresa verbalmente) cuanto aquella que escapa a su control (apariencia, miradas, gestos, ademanes, posturas, tono de voz), transmiten mensajes a la audiencia” (2014, p. 6). En consecuencia, este público receptor interpretará los mensajes de acuerdo con sus marcos de referencia (Goffman, 2006a); mismos que son empleados por el sujeto enunciador/actor para conseguir diseñar un discurso acorde con sus propósitos. De esta manera, de acuerdo con Goffman (2001), para Peplo Franco es posible afirmar que: “la fachada del actor y sus modos de utilizar el cuerpo no son meros objetos y acciones físicos sino vehículos de significados que contribuyen a crear ‘performativamente’ una determinada realidad” (Peplo Franco, 2014, p. 7).

² En adelante ésas serán las siglas que se refieran al nombre de Andrés Manuel López Obrador.

2.2. Identidad, performance, dramas sociales

Es pertinente considerar, en cuanto respecta a la identidad y sus relaciones con el performance, la producción de los llamados dramas sociales, que son útiles para que los agentes sociales puedan edificar un espacio particular de la realidad, donde llevan a cabo la dramaturgia para fines específicos. Y tomar en cuenta que: “Existe una concepción contingente, discontinua, fragmentaria, inestable de la identidad del actor: la performance constituye al actor, su identidad es un efecto” (Peplo Franco, 2014, p. 7). Es precisamente esa contingencia e inestabilidad, además del carácter de discontinuo lo que convierte al performance en un excelente recurso para manipular la identidad discursiva, puesto que se relaciona con lo excepcional, que también es atractivo y persuasivo.

Para Peplo Franco el propósito del performance es “comunicar historias sobre sí mismos y crear nuevos estados de situación. [...] rituales [que] exhibían los mismos medios de expresión empleados en el teatro, Turner decidió llamarlos ‘dramas sociales’” (2014, p. 8).

Turner, por su parte, describe claramente la relación entre performance y drama social y asevera que:

La unidad de la performance social no es una secuencia de desempeño de roles en un contexto institucionalizado o corporado, [la unidad] es el drama social que resulta precisamente de la suspensión del desempeño normativo de roles, y en su actividad apasionada elimina la distinción entre el fluir y la reflexión [...] (1974, p. 90).

De esta manera, el drama social como recurso permite la creación de un paréntesis en el desempeño semiótico discursivo que se espera del enunciador de acuerdo con las Formaciones imaginarias (Pêcheux, 1978) que interactúan en cada situación comunicativa, validando una conducta discursiva disruptiva por parte del locutor, como es el caso en estudio.

3. Sobre la teoría de la producción social del sentido

Los lazos existentes entre el cumplimiento del acto comunicativo y sus efectos sociales son revisados por Verón (1993) quien apunta que, para él, la recepción traspasa los lindes de lo lingüístico, y que más bien, es un proceso que se acerca a una teoría del actor social por medio del

discurso y que, además esta postura epistemológica, tiende hilos que la enlazan con la sociología de Bourdieu:

Dado que el acto de lectura mismo es inabordable, el estudio del reconocimiento es más bien un estudio del lector que de la lectura, basado en el análisis del discurso del lector [...]. Por supuesto, en este punto es donde una teoría del reconocimiento puede articularse fácilmente con una 'sociología del gusto', a la manera de Bourdieu (Verón, 2004)

Este trabajo, al igual que el de este estudioso se ubicó en los estudios de los medios, de ahí que sigamos sus pasos al considerar el manejo del discurso en sus condiciones de producción:

Nos orientamos hacia una teoría del reconocimiento en el discurso de la prensa [...] dentro del sistema productivo de la prensa gráfica encontramos que en el nivel de las condiciones de producción opera una verdadera teoría de la recepción, que resulta de la voluntad, por parte de los productores, de controlar el conjunto de los fenómenos de regulación (Verón, 2004, p. 206-209).

Porque consideramos que es una vía factible para ofrecer interpretaciones.

De esta manera, hemos construido nuestra muestra intencional, compuesta por 19 artículos, elegidos por el tema a tratar, sin aspiraciones de representatividad y a partir de las publicaciones en diversos medios periodísticos mexicanos y de comunicación virtual, para llevar a cabo una indagación cualitativa y descriptiva, mediante un método de codificación abierta (Strauss; Corbin, 1988).

4. Discurso, poder, creencia... sus modalidades

Como discutimos en trabajos previos (Flores; Infante, 2018) existe, en cierta medida, una oposición de identidad entre el líder de una democracia, que debe buscar la igualdad para todos en cuanto al ejercicio del poder (por ejemplo, un gobernante como el presidente mexicano), y su ser de hombre político (que es en esencia el rol social de este personaje en el ámbito político de México), cuya circunstancia exige la búsqueda del poder. Retomamos las ideas sobre el hombre político de Lasswell (1948) quien ofrece algunos rasgos sobre este tipo de hombre; apunta que acentúa el poder; lo demanda (así como otros valores) para su sí mismo y enfatiza las expectativas relativas al poder; y, al mismo tiempo, va adquiriendo al menos una eficacia mínima en su manejo.

Se trata pues, de dos entidades imaginarias, utilitarias; dos facetas encontradas en una misma representación social (Jodelet, 1986).

Como se observa, los agentes sociales suelen ser generadores de estereotipos creados para el imaginario popular, como ya hemos discutido en Flores e Infante (2016), Flores (2019) y Flores y Alemán (2020) en su búsqueda del poder; la identidad construida no se corresponde puntualmente con la que se asume en realidad, sino que sirve para sus propósitos específicos. Esta identidad, compleja y fluctuante, es definida por Giménez (2004):

Por lo tanto, la identidad contiene elementos de lo "socialmente compartido", resultante de la pertenencia a grupos y otros colectivos, y de lo "individualmente único". Los elementos colectivos destacan las similitudes, mientras que los individuales enfatizan la diferencia, pero ambos se relacionan estrechamente para constituir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual (p. 86).

En cuanto a lo socialmente compartido, son rasgos atribuidos como resultado de las percepciones de la gente y, generalmente, no se construye a partir de conceptos científicos, sino de ideologías populares que se expresan por medio del lenguaje, es aquí donde radica la pertinencia y aportación de este trabajo.

Verón (1993) define al poder como un “sistema de relaciones de un discurso con sus efectos (cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a los mecanismos de base de funcionamiento de una sociedad)” (p. 134). De acuerdo con este autor, podemos afirmar que el alcance de este poder está proporcionalmente vinculado con cierto tipo de fe: “[...] hay un fenómeno de poder–creencia que es propio del ‘consumo’ [...]” (Verón, 2004, p. 55).

Según Verón pueden existir cuatro concepciones diferentes sobre el poder: a) poder como subordinación; b) el poder del discurso; c) el poder político o público y d) el poder de los medios (Torres Castaño-Tissera, 2011, p. 15).

El *ethos* en el discurso político

Respecto a este tema, las posturas de Aristóteles, son clave en el estudio del discurso persuasivo, para él “se persuade por medio del *ethos* cuando se pronuncia el discurso de tal manera que haga al orador digno de ser creído” (Vitale, 2013, p. 9), como ya lo hemos demostrado en un trabajo previo (Flores, 2005). Igualmente hay que considerar que, entre los ingredientes de esa

credibilidad, se encuentra como un rasgo primordial el tipo de receptor, su ideología, su posicionamiento social, porque, según Dagatti, 2012: “Por *ethos* referimos a la imagen de sí que construye el locutor en su discurso para ejercer influencia sobre su alocutario” (p. 66). Pero esta construcción persuasiva es compleja. Por su parte, Ducrot diferencia “el *ethos* discursivo, la imagen del orador construida por el propio discurso, del *ethos* prediscursivo, las representaciones del orador que posee el auditorio antes de que este tome la palabra” (Vitale, 2013, p. 9). Es decir, el conjunto de rasgos, preconstruidos ideológicos, políticos y socioculturales que el receptor o la audiencia posee acerca del locutor.

A este cúmulo de rasgos, se añade el aporte de Maingueneau que complementa los rasgos de sentido que componen el discurso en torno al *ethos*:

En cuanto a la “corporalidad” está asociada a una complejidad corporal, pero también a una manera de vestirse y de moverse en el espacio social. En efecto, el *ethos* implica una disciplina del cuerpo captado a través de un comportamiento global. Carácter y corporalidad del garante, pues, provienen de un conjunto difuso de representaciones sociales valorizadas o desvalorizadas sobre las cuales la enunciación se apoya (2009, p. 91).

La utilidad de esta propuesta radica en que, desde este punto de vista, el locutor posee una eficacia retórica, porque el *ethos* envuelve a la enunciación sin estar explicitado en el acto enunciativo (Maingueneau, 1996). Se trata de lo que Maingueneau define como un “dispositivo enunciativo” (1996, p. 80). Según el autor, este mecanismo opera simultáneamente tanto en lo mostrado, como en lo dicho, y pone en movimiento todo aquel elemento que aporta a la emisión de una imagen de quien es el enunciador. Así, serán signos *ethicos*: su tono de voz, su elocuencia, su léxico y los argumentos, los gestos, la mirada, la postura que adopta. Estos elementos, para Dagatti (2012), tienen la finalidad de producir la confianza de la audiencia y crear las condiciones para apelar, convocar, dirigir.

De esta manera, es posible prefigurar la relación del *ethos* y la imagen en la política, que resulta en la construcción de una imagen de sí de un locutor, de acuerdo con esquemas sociales preestablecidos y sometida a una regulación sociocultural con la finalidad de persuadir. De acuerdo con Dagatti, (2012, p. 43): “El locutor elabora su propia imagen en función de las representaciones que proyecta como creadas por su auditorio: se trata de una relación de tipo especular”, lo cual quiere decir que el orador brinda al público aquello que se espera de él.

El caso en estudio: Ethos discursivo de Manuel López Obrador, presidente de México

En este apartado se efectúa un examen de los rasgos que el orador en estudio maneja para construir su representación social (Jodelet, 1986), tanto como individuo perteneciente a un partido político (dentro del cual, aun siendo presidente no deja de contender por el poder), así como el posicionamiento comunicativo-discursivo que asume aprovechando su formación imaginaria (Pêcheux, 1978) de alto jerarca político mexicano. Enseguida examino algunos de los “desdoblamientos”³ identitarios que ha asumido para generar el *ethos* que lo caracteriza.

Contexto de referencia

Desde que asumió la presidencia en 2018, el sujeto en estudio y su equipo de comunicación, diseñaron un espacio matutino al que llamaron “Las mañaneras” [inicia a las 7 de la mañana y termina aproximadamente una hora después] donde se reúnen, desde el 1 de diciembre de 2018, el presidente, algunos miembros de su gabinete y representantes de los medios de comunicación del país (Nájar, 2019). El mandatario aprovecha este espacio donde los y las funcionarias rinden cuentas de los asuntos “emergentes”⁴ en el país, y el presidente utiliza el tiempo y la difusión para orientar la agenda de gobierno al dar indicaciones a su gabinete públicamente; de esta manera controla la información que se brinda a los medios sobre su gestión y aprovecha esta plataforma y la divulgación que se hace del evento diariamente en las plataformas de acceso universal, como YouTube para proyectar una imagen polifacética con ciertas características que le sirven para reproducir y controlar el discurso oficial, y mantener y ganar adeptos. Algunos de los eventos aquí estudiados proceden de ese espacio y otros son tomados de 18 artículos documentados en la prensa mexicana.

a) Un líder religioso

En las plataformas y en la prensa de México causó revuelo la circulación de

³ Las comillas son mías.

⁴ Las comillas son mías, para destacar que el presidente es quien decide la emergencia del tema que se abordará.

(Ej. 1) una imagen del presidente emitiendo una oración⁵, y mostrando al público de “Las mañaneras” una imagen religiosa, con el Sagrado corazón de Jesús como uno de los amuletos que llevaba contra el Coronavirus:

(Ej. 2) “Detente enemigo que el corazón de Jesús está conmigo”, leyó AMLO de una estampa que sacó de su cartera (Deochonews, 2020).

De esta manera, mediante recursos semióticos (la estampa, un *ethé*) y discursivos (la oración), diseña un *ethos* (Maingueneau, 1996, Dagatti, 2012) para mostrarse afín a las creencias del pueblo mexicano – que es en su mayoría católico⁶ –, y proyectarse alineado (Bravo, 2009) a las devociones de la ciudadanía. Así, ocurre una “incorporación” del *ethos* (Maingueneau, 2009, p. 92) proyectado por el locutor, de parte de su audiencia, que, de esta manera, le da una identidad de político religioso, de hombre de fe, que es algo valorado entre la gente de México.

No solo se muestra afiliado a la feligresía católica mexicana:

(Ej. 4) En su primer día de gobierno, López Obrador recibió el bastón de mando de 68 pueblos originarios. En la plaza pública más importante del país, el presidente en funciones de México se sometió a una limpia⁷ y el bastón que lo convirtió en el líder de los pueblos indígenas (Suárez, 2023).

En una situación algo similar al ejemplo 3, el Presidente en un escenario público y difundido por los medios, emplea el bastón de mando, los sahumeros y los movimientos rituales que lo purificarán para cumplir con su gestión. De esta manera, adopta esos elementos místicos de las religiones de los pueblos originarios mexicanos como *ethés*, que, semiótica y culturalmente lo doten de un *ethos* que se adscribe a los usos y costumbres de los pueblos fundadores del país, lo cual es muy conveniente políticamente para él para ganar adeptos⁸ a su gestión y proyectar la inclusión de este sector de la población, generalmente discriminado.

⁵ Según Wong, la oración de “El detente fue usado en México por los cristeros [así llamados por participar en una Guerra religiosa], que se levantaron en armas contra el gobierno entre 1926-1929, con la leyenda “Detente enemigo malo, el corazón de Jesús está conmigo” (2020).

⁶ “El 77.7% de la población mexicana profesa la religión católica; es decir, hay 97.8 millones de católicos en México, de acuerdo con el censo 2020 del INEGI” (Desdelafe.com, 2020).

⁷ El ceremonial se centra en ‘barrer’ al enfermo para purificar y dar paso a lo nuevo y positivo; se usan diversas flores y plantas como ruda, albahaca, cempasúchil, santa maría, romero, tabaco, huele de noche, escobilla, malvón rojo, estafiate, rosa de castilla, mastuerzo, palma, etcétera; otros elementos son el limón, el huevo, las velas, los inciensos y las lociones (MUYINTERESANTE, 2019).

⁸ En México, 23.2 millones de personas pertenecen a la población indígena; es el país con mayor número de población indígena en el Continente americano (Cuéntame de México, s.f.).

b) Un político *streamer* “top ten”

La plataforma virtual empleada por el presidente en su gestión le ha valido favorecer la divulgación de sus estrategias, su política, y su propia proyección personal, a manera de un performance cotidiano. Con humor, con frases coloquiales, con ironías, acudiendo a lugares comunes que causan hilaridad entre sus audientes. Tanta es su proyección, que el año pasado, ocupaba un sitio entre los diez más vistos creadores de contenido audiovisual en directo:

(Ej. 5) “El Presidente Andrés Manuel López Obrador se posicionó como el sexto *streamer* de habla hispana más consumido durante el primer trimestre de 2023 a nivel mundial, según reveló la plataforma analítica *Stream Charts*” (Zona Franca, 2023).

Este dato puede dar cuenta de cómo su discurso ha transgredido “la escena genérica” -en este caso del discurso político- de la que escribió Maingueneau (2010, p. 211).

(Ej. 6) El Presidente Andrés Manuel López Obrador sorprendió a los presentes en "la mañanera" de hoy jueves 3 de agosto, cuando comenzó a escucharse en el Salón Tesorería de Palacio Nacional un "cover" de la canción "A mi manera", interpretado por su voz. [...] El tema comenzó cuando al Presidente se le preguntó sobre los testimonios de un exmilitar de Estados Unidos que asegura que su país ha encontrado material biológico no humano que se encuentra bajo custodia del gobierno (López, 2023).

Como se observa, AMLO emplea un distractor para desviar los tópicos discursivos que le demanda la prensa, los cuales, muy frecuentemente se refieren a temas emergentes para el país. En esta ocasión, su equipo preparó un video en el cual, mediante Inteligencia Artificial -según declaró-, él interpreta esta melodía, adoptando una faceta artística.

En lo que respecta a la escena, la construye -como se advierte- a partir de un versátil tono discursivo: religioso, tierno, humorístico y amistosa; en este caso, y de acuerdo con Maingueneau (2009, p. 211): “[...] es la escena del habla que presupone el discurso para poder ser enunciado y que a su vez debe validar a través de la misma enunciación: todo discurso, en su mismo despliegue, pretende instituir la situación de enunciación que lo hace pertinente”.

c) Un líder generador de contenidos

Un hecho que puede dar una idea de la identidad mediática del presidente AMLO⁹ es que, dado el lenguaje que ha empleado, las humoradas, bromas y barbaridades que se espera escuchar de él en La Mañaneras, se ha creado un repositorio virtual con sus participaciones. Es un sitio que contiene y organiza los video y momentos de su gestión, y al cual se puede acceder por cierta cantidad:

(Ej. 7) AMLOPEDIA es una nueva herramienta creada con inteligencia artificial con el objetivo de tener acceso al contenido que López Obrador comparte en sus conferencias de prensa matutinas [...] desarrollada por Mario Bustillos (Rodríguez, 2023).

Mostramos su portada en la Imagen 1.

Imagen 1 - Amlopedia



Fuente: AMLOPEDIA¹⁰ (2024).

Como evidencia de su estrategia comunicativa, que le ha valido el incremento continuo de seguidores, transcribo algunas de sus frases antes y durante su gestión (Barría, 2024):

(Ej. 8). “Tengo a Benito Juárez como referencia y guía”

(Ej. 9). “El pueblo pone y el pueblo quita, y es el único soberano al que debo sumisión y obediencia”

(Ej. 10). “No perdamos la oportunidad de salvar a la nación”.

⁹ Estas siglas se refieren al nombre del presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en adelante.

¹⁰ Disponible en: <https://amlopedia.org/>

Reflejan su estrategia -populista- que consiste en: igualarse con uno de los héroes mexicanos más respetados; proyectarse como “siervo de la nación”¹¹ y construir su propia imagen como la del Mesías, que tiene en sus manos el poder de “salvar” a su país.

d) Un líder con sentido del humor, sin preocupaciones

En la tradición familiar mexicana se acostumbra un sumo respeto por los ancestros, y es muy común amenazar a los niños con llamar a estos parientes para que sancionen o castiguen la falta cometida. En otra de sus sesiones matutinas, el mandatario, al ser cuestionado sobre los avances de la justicia en un trágico caso de secuestro en México, reacciona de la siguiente manera:

(Ej. 11) AMLO se burla de los secuestrados en Chiapas. “Lo mejor es que los liberen, si no, los voy a acusar con sus papás y sus abuelos”. Y se pone a jugar con el “Amlito” (Un juguete que reproduce su imagen) (Libertad Bajo Palabra, 2023).

Muestra a la audiencia otra imagen de sí: la de un mandatario que no se preocupa por los problemas que afligen al país, y brinda una salida humorística a la falta de datos resolutorios para responder. Acude al humor al amenazar imaginariamente a los secuestradores, lo cual causa hilaridad al público. A pesar de la falta de pertinencia (Grice, 1989) de su respuesta.

(Ej. 12) Seguido de su clásico “vámonos a desayunar” a manera de conclusión, López Obrador fue cuestionado por varios periodistas. “¡Jalisco!” “¡Lagos de Moreno!”¹², se escucha decir entre gritos. Sin embargo, hizo ademán de no poder escuchar y cerró con un chiste: “Ayer me decía un amigo, que dice que le decía su esposa ‘que me des 200 pesos para ir al mercado’, ‘no oigo, por acá por el otro’, ‘que me des 500 pesos para ir al mercado’, ‘mejor los 200’”, soltó (Martínez, 2023).

En este segmento se observa cómo el mandatario acude a recursos éticos: en el aspecto kinésico (ademán de colocar la mano en forma de bocina en la oreja, para significar el no poder escuchar) y cultural (como el humor, otro rasgo semiótico, pero semiótico-cultural) que delinean esta faceta del político que arriba comentamos.

¹¹ Otro héroe mexicano: José María Morelos, ya había usado esta frase para caracterizar su conducta política; si bien AMLO no la emplea, sí usa construcciones paralelas, como la que mostramos en el Ej. 9.

¹² En referencia al caso de un grupo de jóvenes secuestrados en Lagos de Moreno, Jalisco, un estado mexicano.

e) Un líder con un “alter ego”

Otro de los recursos, de los *ethé*, que han rodeado al presidente es la existencia y comercialización entre la población del centro del país, de un muñeco hecho a su imagen y semejanza, que al activarse repite las frases populares que ha hecho famosas el mandatario mexicano:

(Ej. 13.) “El mandatario reacciona a un ‘Amlito’ que habla y dice frases como ‘lo que diga mi dedito’ y ‘me canso ganso’, una periodista se lo presta en La Mañanera” (Domínguez, 2023).

Es sabido que en el caso del “alter ego” se trata de otra personalidad que asume conductas que la identidad original no puede, en este caso, surgió un juguete que reproduce su imagen y las frases que lo identifican; empleado por el partido oficial para promover el voto a su favor; la divulgación de este muñeco por AMLO fue censurada por el Instituto Nacional Electoral, y prohibido su uso por los tribunales (Martínez, 2023).

f) Un mandatario polifacético

El locutor en estudio ha conseguido a lo largo de su gestión, ofrecer una representación sociodiscursiva, un *ethos* polifacético que llena, que cumple con las expectativas de sus gobernados. Ha logrado la proyección de una imagen que conjuga varios rasgos:

- (Ej. 14) “Deseo que el pueblo siempre tenga las riendas del poder en sus manos”;
- (Ej. 15) “Por el bien de todos, primero los pobres”;
- (Ej. 16) “No tengo derecho a fallar”;
- (Ej. 17) “Todos los seres humanos tienen derecho a vivir y ser felices”;
- (Ej. 18) “La venganza no es mi fuerte”;
- (Ej. 19) “La felicidad es estar bien con uno mismo, con nuestra consciencia y el prójimo”;
- (Ej. 20) “Si se persevera, se logra”.

Una orientación popular (14); un gobernante que privilegia a los desfavorecidos (15); un ministro que manifiesta con vehemencia su entrega al gobierno (16); un político que dice aquello que las masas desean escuchar (17); un mandatario de buen corazón (18); un presidente razonable (19); y con una poderosa fe en el cambio (20).

Como estrategia emplea en su discurso aquellas ideas que consiguen acortar la distancia social y acrecentar un acercamiento con las masas; se promueve como un político que usa en sus eventos como telón de fondo las imágenes de héroes de la Época prehispánica, la Independencia de México, la Revolución Mexicana... hitos gloriosos de la historia de México que constituyen un escenario simbólico para validar a las figuras del gabinete de gobierno que, junto con él se manifiestan cotidianamente ante la población. Estos elementos éticos complementan y apoyan el *ethos* de un jefe de país, diferente, singular, justiciero y disruptivo. Esta caracterización sociodiscursiva (Charaudeau, 2009), corresponde a un discurso populista y neopopulista¹³, en la concepción de Dockendorff y Kaiser (2009, p. 40-43).

Entre los recursos empleados por el político en cuestión, encontramos algunas de las funciones estratégicas del discurso político (Chilton; Schäffner, 2008), como 1) **la coerción**, a la que somete a la ciudadanía ya los medios que, si desean conocer sobre el país, deben informarse a través del espacio matutino; la 2) **resistencia**, manifiesta en las respuestas que ofrece a los periodistas cuando se le cuestiona por lo informado a través de vías diferentes a su espacio oficial, como en:

(Ej. 21): “AMLO: ‘Nos quieren vender la farsa de que Xóchitl Gálvez comenzó vendiendo gelatinas’ López Obrador ironizó al señalar que hay casos de políticos corruptos y empresarios que justifican así toda la riqueza mal habida” (Morales, 2023).

La oposición y protesta, por parte de las personas aludidas en sus peroratas:

(Ej. 22) “‘Usted, señor presidente, es un machista. Las únicas mujeres que usted respeta son las que usted impone, porque a los machos como usted les asusta una mujer independiente e inteligente, en mi vida nadie me ha regalado nada’ expresó [Xóchitl Gálvez] (Trejo, 2023; Jiménez; Lissete, 2023).

3) **El encubrimiento**, como en el caso de la tragedia donde mueren quemadas casi 40 personas, y presidente trata de revictimizar a los migrantes, y encubrir a las autoridades responsables del suceso:

¹³ Retomo la caracterización de Dockendorff y Kaiser (2009): “Los líderes neopopulistas, actuarían de forma engañosa, en la medida que construyen un discurso que, según el caso, va en la defensa de los pobres, el orgullo nacional, el antiparlamentarismo, la denuncia de la corrupción (Collor de Melo y Fujimori), la apelación a imágenes y figuras de líderes populistas del pasado” (42).

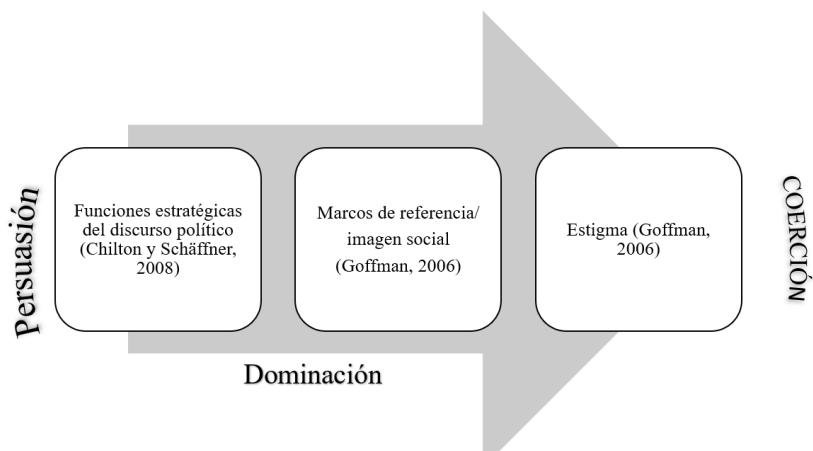
(Ej. 23) “La vergonzosa reacción de AMLO hacia la tragedia de migrantes muertos en Ciudad Juárez [...]: Informar algo muy lamentable, muy triste anoche como a las nueve y media de la noche se produjo un incendio en un albergue de migrantes en la frontera en Ciudad Juárez y tenemos hasta ahora como informe que perdieron la vida 39 migrantes. Suponemos que se enteraron de que iban a ser deportados, movilizados y como protesta en la puerta del albergue pusieron colchonetas del albergue y les prendieron fuego y no imaginaron que esto iba a causar esta terrible desgracia”, dijo el mandatario (Peralta, 2023).

Legitimación y deslegitimación, presentes en las ocasiones donde toma partido, sin argumentos para defender a unos y desacreditar a otros, como en el caso del plagio de una tesis de licenciatura, cometido por una magistrada de su gabinete (Arista, 2023), donde la respalda a ella y descarta el dictamen de la Universidad Nacional Autónoma de México:

(Ej. 24) AMLO escuda tesis de la ministra Yasmín Esquivel dice que ‘ella hizo primero el trabajo’ [...] Consideró que ‘sí hay coincidencias, en eso todo mundo coincide, que es una copia, de eso no hay duda, lo que hay que ver es quién plagió a quién y hacer la investigación y es muy bueno esto, muy sano. Hay que purificar la vida pública’ (Escobar, 2022).

Son estrategias que van edificando un dispositivo para subordinar y someter las voluntades de su audiencia. Un desarrollo que enseguida ilustro en la Figura 2.

Figura 2 - Estrategias discursivas y proceso de dominación-coerción



Fuente: Elaboración propia.

Esa simulación resulta ideal para los fines de la ideología porque permite al emisor manipular los referentes a través de su discurso y según su conveniencia. Puesto que, como afirma Baudrillard (1981, p. 17): “[...] se altera la realidad (proyectando una utopía), se encubre al referente (bajo una máscara de prosperidad; se enmascara al país en un Estado pleno de derecho)

y, de esta manera, el referente se desvincula de sus lazos de sentido originales según la conveniencia del enunciador”.

Asimismo, de acuerdo con Reboul (1986), la materialidad del simulacro corresponde a la función aparente del lenguaje, que es aquella en la cual la finalidad implícita del emisor y la forma verbal que utiliza, no son congruentes, como se proyecta en el discurso del político, puesto que, esta función le permite al emisor transgredir la literalidad y desviar el sentido previsto del discurso, de esta manera, se lleva a cabo un simulacro que es posible decodificar en el nivel pragmático.

Otro de los rasgos que se advierten en ese *ethos* del presidente, es la coerción discursiva ejercida mediante la dominación carismática. Para Weber (1977) se trata de una autoridad a la cual se somete el sujeto por motivos de confianza, por una heroicidad, a causa de la ejemplaridad de un líder, dentro de una comunidad de fe, más no por la razón. Se está ante una dominación, la cual entiende Gramsci (1975) como una relación de fuerzas que están en permanente conflicto y, en ese vínculo, se define a los dominados como subalternos. Por eso enuncié líneas arriba la simulación, porque al ejercerse una dominación, según Spivak, “el subalterno tiene múltiples posiciones de sujeto” (Hernández, 2013, p. 105). Lo cual demanda múltiples recursos del enunciador para ejercer la subordinación, para persuadirle. La autora sintetiza las ideas de Spivak:

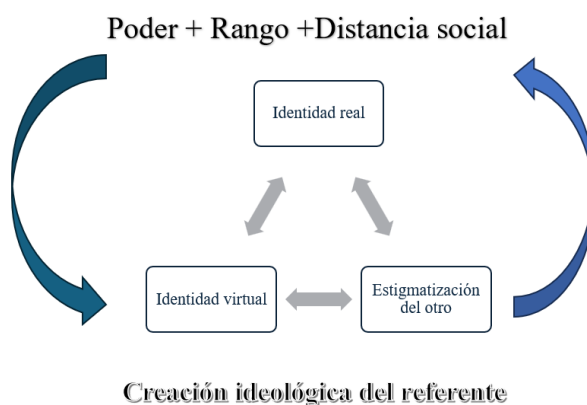
Uno de los procesos [de la subalternidad] es la violencia, que se define como un ataque o un abuso enérgico sobre las personas por medios físicos o psicológicos. El acto violento encierra en principio tres componentes operativos fundamentales: 1) la aplicación – o la amenaza de aplicación – 2) de una fuerza (física) intensa de forma deliberada 3) con la intención de causar efectos sobre el receptor de esta (Hernández, 2013, p. 105).

Estamos de acuerdo con González (2006), quien apunta que estos elementos “Esta tríada conceptual (la intencionalidad del emisor, el tipo de fuerza aplicada y los resultados que la misma puede acarrear) nos permitiría establecer una amplia gama de acciones o situaciones que merecerían el apelativo de violentas” (González, 2006, p. 174-175), como en este caso: el condicionamiento de todo ciudadano a escuchar y asentir con el discurso emitido por la más alta autoridad del país.

La violencia, la comunicación y el discurso de AMLO

En la comunicación como evento de relación, existe la violencia. González (2006) comenta que existe, sobre todo, cuando se pretende o se consigue la modificación de un comportamiento. En los discursos de “Las mañaneras”, el mandatario pretende influir en las ideas, acciones y conductas de su audiencia a partir de la conjugación de su posicionamiento político, social y discursivo, en un escenario ritual que, superpuesto al de circunstancia (Foucault, 1970b) demanda la creencia, más que la persuasión. Y es así, porque a través de un *ethos* discursivo se coerciona la voluntad del otro; lo cual se constituye en una modalidad de violencia. Y también porque, en ocasiones como ésta, la interlocución con los medios -que a su vez, divulgarán su palabra entre la ciudadanía- parece ser, y ha sido, una opción viable para restringir, controlar, los discursos mediante un proceso de control, tanto interno – en el ámbito político de su gabinete-, como externo del discurso (Foucault, 1970b) gubernamental – en los medios, entre la ciudadanía, en las plataformas. El enunciador recurre a ello ante la imposibilidad de ejercer, por causas legislativas y sociales, otros medios menos destructivos de relación con sus antagonistas, porque: “La violencia no es, contra lo que pudiera parecer a simple vista la ruptura de todo tipo de interacción social, sino un modo especial de la misma” (González, 2006, p. 175). Muestro la dinámica de esta dominación en la Figura 3.

Figura 3 - Factores y desarrollo que se emplean para colocar al receptor en posición de subalterno

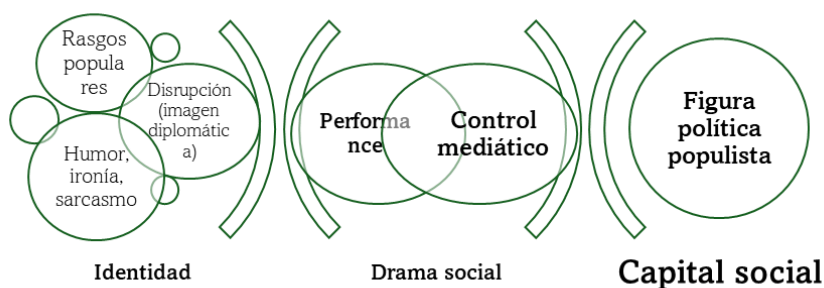


Fuente: elaboración propia.

Se propone en la Figura 3, que la violencia ejercida en el acto comunicativo cuenta con una dinámica que va, paulatinamente, consiguiendo la sumisión de la audiencia a través del ejercicio del poder por vía del discurso, un poder que es apuntalado por factores como el mayor rango y la distancia social (Kaul de Marlangeón, 1995) con que cuenta el locutor.

A partir de la articulación de dispositivos diversos, pero perfectamente orquestados, realizo una aproximación al *ethos* discursivo del primer mandatario de México y algunas de sus funciones. Ofrezco una aproximación a ese desarrollo en la Figura 4.

Figura 4 - Dinámica de la operación del *ethos* de AMLO



Fuente: elaboración propia.

La operación de esta construcción ética que se ilustra en la Figura 4 integra los ingredientes de esta mezcla semiótico-discursiva con que adereza el presidente su discurso: rasgos de la cultura popular para acercarse a las masas; y por consecuencia la ruptura con el *ethos* diplomático que debiera caracterizarlo como máximo mandatario del país; el empleo de recursos como el humor, la ironía y el sarcasmo tanto para evadir las respuestas o reacciones que se le demandan, como instrumentos de ataque para el discurso de sus adversarios, a los cuales estigmatiza (Goffman, 2006b). Luego el uso del performance para mantener la atención pública y por tanto ejercer el control mediático a través de un discurso populista.

5. Resultados

A través de estos segmentos hemos podido prefigurar algunas tendencias, ubicadas en diversas dimensiones cognoscitivas, en el discurso nepopulista de AMLO que enunciamos

enseguida, es necesario aclarar que hay estrategias solapadas, por lo cual algunas cantidades de porcentajes coinciden:

En el 50% de los casos se observa un auto posicionamiento como de quien posee la verdad, intensificando el presupuesto del ritual de circunstancia (Foucault, 1970b) (Ejms. 8-10 y 14-24). Se manifiesta en el 54% de la muestra la creación del referente por presuposición (Reboul, 1986, p. 62-67); del cual se beneficia al ejercer coerción sobre sus receptores para que acepten un hecho o afirmación (Ejms. 8-10 y 14-24). Se advierten, en un 66% de los fragmentos estrategias de autonomía (autoafirmación)¹⁴: Ejms. 1, 4, 6, 8-20.

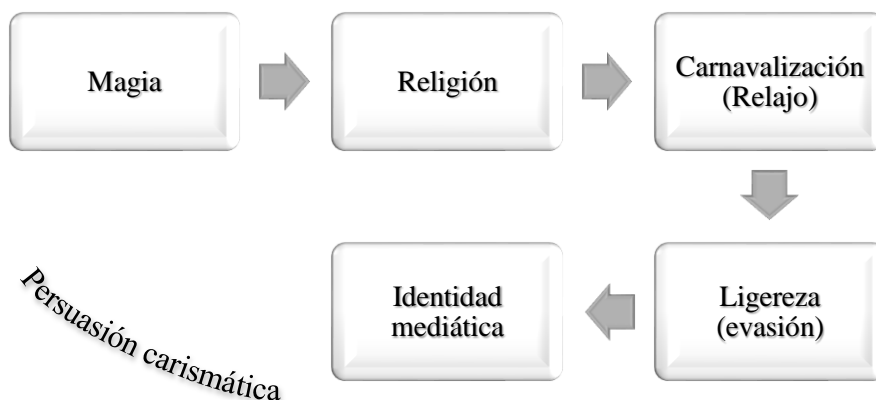
En el 58% de los fragmentos crea un discurso cosista, porque edifica todo tipo de conceptos que inmediatamente se consideran realidades (Reboul, 1986), por la posición social del enunciador (Ejms. 2, 8-10 y 14-24). Se origina en el 12.5% de la muestra, el proceso llamado por Reboul *creación del referente por amalgama*: “el hecho de servirse de un término reductor para asimilar realidades efectivamente diferentes” (Reboul, 1986, p. 57-58): Ejms.: 10, 23, 24. En la muestra, se halla en un 16% el recurso de la autoproyección de su imagen como la de un visionario; se coloca en una formación imaginaria asimétrica, de superioridad a la de sus otros colegas políticos (Ejms. 8, 10, 17, 19 y 20). Para vincularse con el modo de ser del mexicano, en un 16.6% AMLO asume en su discurso el “relajo”¹⁵, que es muy cercano a la carnavalización¹⁶ (Bajtín, 2003): Ejms. 6,11,12 y 13.

La combinación de rasgos éticos en la muestra podría ilustrarse en un proceso que expongo en la Figura 5.

¹⁴ “deseo de la persona por distinguirse del grupo, verse frente a él como original y consciente de sus cualidades sociales positivas, [...] destacarse del grupo y expresar sus opiniones persuasivamente y con fuerza” (Bravo 1996, p. 93).

¹⁵ El “relajo” mexicano es una práctica semiótico-discursiva (Haidar 2006), que Portilla (1984) define como una conducta que busca “suspender la seriedad en una comunidad. Dentro de esta intencionalidad, el chiste y la burla aparecen como momentos articulados según aquella intención. En ese caso, el relajo es la unidad trascendente de sentido a la que tienden los actos de burla, trátase de la burla oral, encarnada en el chiste, o de la burla puramente mímica” (p. 28).

¹⁶ “durante el carnaval es la vida misma la que se interpreta, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia. El carnaval es la segunda vida del pueblo, basada en el principio de la risa. Es su vida festiva.” (Bajtín, 2003, p. 10).

Figura 5 - Los componentes del *ethos* mediático de AMLO

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 5 se observan algunos de los ingredientes a los que recurre el enunciario para aderezar su desempeño discursivo; mismos que le permiten, cada día, construir un *ethos* fluido en ese escenario matutino; ocurre un proceso de simulacro como un desarrollo de ficción (Baudrillard, 189, p. 17); el cual se verifica en la creación de referentes que van más allá de la realidad, que no proceden de ella, que no la reflejan, sino que es la creación de otra realidad, de una alterna; lo cual se evidencia en el discurso analizado.

Palabras de cierre

El examen de la muestra arroja que el *ethos* construido por el gobernante en cuestión se aproxima y asemeja al esperado por la comunidad de adeptos en un proceso especular, lo cual aprovecha para incrementar su popularidad y ejercer el poder mediante la manipulación del discurso oficial.

El espacio matutino “Las mañaneras” diseñado para él y sus funcionarios le sirve de distintas maneras ya que es un foro de información gubernamental controlada en su alcance, escenografía y contenido; de esta manera se limitan las interpretaciones, las réplicas y se dominan las condiciones de reproducción discursiva sobre la gestión política que se realiza. El gobierno de AMLO ha diseñado y aprovechado eficientemente un medio de proyección mediática y política para mantener, conseguir y expandir la audiencia en torno al performance que rodea a la persona del presidente y su gabinete. El locutor emplea un estilo jocos y desenfadado (mediante bromas,

chistes, refranes, música popular de fondo) que le ha servido para desdeñar y evadir por medio del relajamiento, asuntos escabrosos sobre las problemáticas del país, pues al ironizar, parodiar, hacer sarcasmo, ridiculizar y propiciar efectos hilarantes entre el público, implementa un tono carnavalesco que disminuye la gravedad de los temas abordados, como se muestra en los resultados.

El performance que desarrolla en su comportamiento discursivo, es acorde con propósitos ideológicos al crear sus referentes e inducir la interpretación; se apoya en la creación de dramas sociales en torno a las problemáticas y asuntos emergentes del país, ofreciendo solo el punto de vista oficial para que sea divulgado por los medios de comunicación y las plataformas en que se recogen estos desarrollos. El Primer mandatario usa un discurso disruptivo y disimulador que enmascara y difumina la conducta esperada de él, y usa los *ethés* para evitar dar respuesta a problemas como el secuestro, las violencias crecientes - de género, del crimen organizado-, las carencias educativas, la inflación, la migración, y otros.

A partir de la muestra estudiada, podemos proponer que pareciera que su primer objetivo es el cautivar mediante la argumentación emocional a una colectividad que comparte su visión y despreocupación por el país. Proyecta una posición partidista que solo da cabida al posicionamiento ideológico que él lidera. Descalifica a la oposición mediante un repertorio lexicográfico peyorativo construido a propósito de una nominación coercitiva que asigna a sus opositores para estigmatizarlos (Goffman, 2006b): “fifis”, “mafia del poder” “prian”, etc., que ya estudiaremos en otra oportunidad. Justifica su accionar en lemas que involucran “la justicia”, “la igualdad” y otros; en muchos aspectos coincide con la descripción de un líder neopopulista:

Su imagen social se constituye en una representación disruptiva de un mandatario supremo. Los líderes neopopulistas, actuarían de forma engañosa, en la medida que construyen un discurso que, según el caso, va en la defensa de los pobres, el orgullo nacional, el antiparlamentarismo, la denuncia de la corrupción (Collor de Melo y Fujimori), la apelación a imágenes y figuras de líderes populistas del pasado Menem utilizando a Perón), para una vez en el poder implementar políticas de ajuste neoliberal poco populares (Dockendorff; Kaiser, 2009, p. 42).

Al terminar este trabajo, hemos revisado en una muestra los dispositivos, recursos y propósitos de que se sirve el *ethos* presidencial que se construye para ejercer el poder y la denominación sobre la ciudadanía mexicana, a través del *ethos* mediático diseñado para tal fin. De igual manera hemos caracterizado los diversos desarrollos que se ejecutan en pos de los propósitos

del enunciador, y brindado algunos ejemplos. Como perspectiva se prefigura, ampliar el tamaño de la muestra y, en un examen meso y micro dimensional de recursos lingüísticos, retóricos y sociopragmáticos que se ponen en operación para lograr el efecto perlocutivo deseado por el emisor, obtener más datos para corroborar las propuestas que aquí enunciamos.

Referencias

AMLOPEDIA. In: **AMLOPEDIA.org**, 2024. Disponible en: <https://amlopedia.org/>. Acceso el: 10 diciembre 2023.

ARISTA, Lidia. Caso Esquivel fue un linchamiento político sin fundamento legal, acusa AMLO. **Expansión Política**, 2023. Disponible en: <https://politica.expansion.mx/presidencia/2023/01/23/caso-esquivel-fue-un-linchamiento-politico-sin-fundamento-legal-acusa-amlo>. Acceso el: 25 enero 2023.

BAJTIN, Mijail. **La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento**. El contexto de Francois Rabelais. Traducción Forcat, J., C. Conroy. Madrid : Alianza Ed., 2003. Disponible en : https://www.academia.edu/8507834/Mijail_Bajtin_La_cultura_popular_en_la_Edad_Media_y_en_el_Renacimiento_2_MIJAIL_BAJTIN_LA_CULTURA_POPULAR_EN_LA_EDAD_MEDIA_Y_EN_EL_RENACIMIENTO. Acceso el: 31 julio 2024.

BARRÍA, Cecilia. Los 4 pilares que explican la alta popularidad de AMLO tras 6 años gobernando México (y cómo lo ven sus críticos). **BBC News Mundo**. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/articles/cv22e6g3x59o>

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacres et simulation**. París: Éditions Galilée, 1981.

BENVENISTE, Émile. **Problemas de Lingüística general II**. México: Siglo XXI, 1997.

BOLÍVAR, Adriana. Análisis del discurso y compromiso social. **Akademos**, v. 5, n. 1, p. 7-31, 2003. Disponible en: <http://caelum.ucv.ve/bitstream/10872/3831/1/An%c3%a1lisis%20del%20discurso%20y%20compromiso%20social.pdf> . Acceso el: 2 mayo 2024.

BRAVO, Diana. **La risa en el regateo**: estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos. Tesis doctoral. Stockholm: Stockholm University, 1996.

BRAVO, Diana. Pragmática, sociopragmática y pragmática sociocultural del discurso de la cortesía: una introducción. In: BRAVO, D.; FLORES, N. H.; CORDISCO, A. (eds.). **Aportes pragmáticos, sociopragmáticos y socioculturales a los estudios de la cortesía en español**, v. 2. Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken, 2009, p. 31-68.

CASTORENA, Nithia; FLORES María Eugenia. Educación sexual y derechos humanos: una reflexión desde la perspectiva mexicana. In: RENNES, P.; MOMESSO, R.; DE SOUZA, M. S. (org.). Educação sexual e sexualidade: desafios, modos de existência, saberes e linguagens. **Humanidades & Inovação**, v. 7, n. 27, p. 103-117, 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. Lenguaje, acción, poder. De la identidad social a la identidad discursiva del sujeto. In: **Livres, articles, publications**, 2009. Disponible en: <http://www.patrick-charaudeau.com/Lenguaje-accion-poder-De-la.html>. Acceso el: 25 mayo 2024.

CHILTON, Paul; SCHÄFFNER, Christina. Discurso y Política. In: VAN DIJK, T. A. (comp.). **El discurso como interacción social II**. Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa, 2008, p. 297-329.

CUÉNTAME DE MÉXICO. La población indígena en México. **Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática**. s.d. Disponible en: https://beta.cuentame.inegi.org.mx/explora/poblacion/pueblos_indigenas/. Acceso el: 30 julio 2024.

DAGATTI, Mariano. Aportes para el estudio del discurso político en las sociedades contemporáneas. El caso del Kirchnerismo. **De Signos Y Sentidos**, v. 1, n. 13, p. 52-82, 2012. DOI: <https://doi.org/10.14409/ss.v1i13.4090>

DESDELAFE. Censo 2020: ¿cuántos católicos hay en México? **Desdelafe.com**. 2020. Disponible en: <https://desdelafe.mx/noticias/iglesia-en-mexico/censo-2020-cuantos-catolicos-hay-en-mexico/>. Acceso el: 26 julio 2024.

DEOCHONEWS. Las creencias religiosas y mágicas de AMLO. **Deochonews.com**. 2020. Disponible en: <http://www.deochonews.com/las-creencias-religiosas-y-magicas-de-amlo/>. Acceso el: 14 noviembre 2023.

DOCKENDORFF, Andrés; KAISER, Vanessa. Populismo en América Latina. Una revisión de la literatura y la agenda. **Revista austral de ciencias sociales**, n. 17, p. 75-100, 2009. DOI: <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2009.n17-05>

DOMÍNGUEZ, Pedro. AMLO presume ‘amlito’ que habla en La Mañanera: ‘me canso ganso’. Milenio, 2023. Disponible en: <https://www.milenio.com/politica/amlo-presume-amlito-que-habla-en-la-mananera>. Acceso el: 28 junio 2023.

ESCOBAR, Dalia. AMLO escuda tesis de la ministra Yasmín Esquivel: “dice que ella hizo primero el trabajo”. **Proceso**, 2022. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/nacional/2022/12/26/amlo-escuda-tesis-de-la-ministra-yasmin-esquivel-dice-que-ella-hizo-primero-el-trabajo-299243.html>. Acceso el: 17 mayo 2023.

FLORES, María Eugenia. **El arte de persuadir en las publicaciones religiosas**. México: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León, 2005.

FLORES, María Eugenia; INFANTE, José. Descortesía, imagen y performance en el discurso político. In: FLORES, M. E.; INFANTE, J. (eds.). **La (des)cortesía en el discurso: perspectivas interdisciplinarias** (imagen, actos de habla y atenuación). Monterrey/Estocolmo: Universidad Autónoma de Nuevo León/EDICE, 2014, p. 53-84. Disponible en: https://www.academia.edu/24746712/_Des_cortes%C3%ADa_imagen_y_performance_en_el_intercambio_comunicativo_de_los_diputados_mexicanos. Acceso el: 12 febrero 2024.

FLORES, María Eugenia; INFANTE, José. Imagen, estereotipos y rasgos de personalidad en el discurso político de campañas electorales. Nuevo León (2015). **Revista Discurso y Sociedad**, v. 10, n. 2, p. 244-269, 2016. Disponible en: https://www.academia.edu/112358756/Imagen_estereotipos_y_rasgos_de_personalidad_en_el_discurso_pol%C3%ADtico_en_campa%C3%B1as_electorales_Nuevo_Le%C3%B3n_M%C3%A9xico_2015_8. Acceso el: 18 marzo 2024.

FLORES, María Eugenia; INFANTE José. Discurso sobre el populismo en México. Un estudio socio-pragmático **SOPRAG**. Revista Internacional sobre Lingüística del Español, BRAVO, D. (ed.), v. 6, n. 1, p. 99-13, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1515/soprag-2018-0006>

FLORES, María Eugenia. Discriminación, imagen y sexismo en la prensa mexicana. **Revista Comparative Cultural Studies, European and Latin American Perspectives**. Discriminación y Comunicación, n. 8, p. 31-44, 2019. DOI: [10.13128/ccselap-10861](https://doi.org/10.13128/ccselap-10861)

FLORES, María Eugenia; ALEMÁN, Evelyn Catalina. Construcción de la imagen femenina y sexismo en comentarios de Facebook. **Revista Sobre Lingüística Materialista Refracción**, n. 2, p. 155-176, 2020. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7787559>. Acceso el: 12 mayo 2024.

FLORES, María Eugenia. **Dispositivos discursivos del poder. Política, educación y género**. México: Res Pública/Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica de la Universidad Autónoma de Nuevo León, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18566/apolit.v13n24.a00>

FOUCAULT, Michel. **Dits et écrits II, 1970-1975**. París: Gallimard, 1970a.

FOUCAULT, Michel. **El orden del discurso**. Barcelona: Tusquets, 1970b.

GIMÉNEZ Gilberto. Culturas e identidades. **Revista Mexicana de Sociología**, v. 66, n. esp., p. 77-99, 2004. DOI: <https://doi.org/10.2307/3541444>

GRICE, Paul H. Logic and Conversation. In: **Studies in the Way of Words**. Boston: Harvard University Press, 1989, p. 22-40.

GOFFMAN, Erving. **Interaction ritual: essays on face-to-face behavior**. Nueva York: Doubleday Anchor, 1967. Disponible en: <https://biblioteca.colson.edu.mx/e-docs/RED/Goffman-Erving-Ritual-de-La-Interaccion.pdf>. Acceso el: 21 diciembre 2023.

GOFFMAN, Erving. **La presentación de la persona en la vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 2001.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**. Los marcos de la experiencia. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006a.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**. La identidad deteriorada. Traducción Leonor Guinsberg. Buenos Aires: Amorrortu, 2006b.

GONZÁLEZ, Eduardo. El problema de la violencia: conceptualización y perspectivas de análisis desde las ciencias sociales. **Investigaciones sociales**, v. X, n. 17, p. 173-216, 2006. DOI: <https://doi.org/10.15381/is.v10i17.7054>

GRAMSCI, Antonio. **Quaderni dal Carcere**, Roma. Istituto Gramsci: Cuaderno 1, n. 43 (p. 37), n. 48 (p. 60) y n. 54 (p. 67). 1975. Disponible en: <http://quaderni.gramsciproject.org/>. Acceso en: 14 noviembre 2023.

H Aidar, Julieta. **Debate CEU-Rectoría**. Torbellino pasional de los argumentos. Universidad Nacional Autónoma de México/Coordinación General de Estudios de Posgrado. México: 2006. Disponible en: https://www.posgrado.unam.mx/publicaciones/ant_col-posg/31_Debate_CEU.pdf. Acceso el: 1 abril 2023.

HERNÁNDEZ, Graciela. Subalternidad y prácticas desde la subalternidad. **En Temas de mujeres Revista del CEHIM**, v. 9, n. 9, p. 102-120, 2013. Disponible en: https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RIDH_4f95edfe6fbafd3f4ddbfeaf18dc63df. Acceso en: 16 noviembre 2023.

IMAGINABIENESTAR. La igualdad desde la interseccionalidad. **Blog Imaginabienestar**, 2020. Disponible en: <https://imaginabienestar.com/2020/05/19/igualdad-interseccionalidad/>. Acceso el: 21 diciembre 2023.

JIMÉNEZ, César; ALEJANDRA, Lisette. Xóchitl Gálvez arremete contra AMLO tras destaparla como presidenciable del Frente Amplio: 'Es un machista'. **INFOBAE**, 2023. Disponible en: <https://www.infobae.com/mexico/2023/07/03/xochitl-galvez-arremete-contra-amlo-tras-destaparla-como-la-presidenciable-de-va-por-mexico-es-un-machista/>. Acceso el: 12 septiembre 2023.

JODELET, Denise. La representación social: Fenómenos, concepto y teoría. In: MOSCOVICI, S. (ed.). **Psicología Social II**. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas. Barcelona: Paidós, 1986, p. 469-494.

KAUL DE MARLANGEON, Silvia. **La Fuerza de Cortesía** - Descortesía y sus Estrategias en el Discurso Tanguero de la década del '20. Tesis de especialidad. Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto, 1995. Disponible en: <http://www.edice.org/descargas/SKaul.pdf>. Acceso en: 18 diciembre 2023.

LASSWELL, Harold. **Power and personality**. Nueva York: W.W. Norton, 1948.

LIBERTAD BAJO PALABRA. AMLO se burla de los secuestrados en Chiapas. “Lo mejor es que los liberen, si no los voy a acusar con sus papás y sus abuelos”. Y se pone a jugar con el “Amlito”.

Libertad Bajo palabra, 2023. Disponible en: <https://libertadbajopalabra.com/2023/06/28/amlo-se-burla-de-los-secuestrados-en-chiapas-lo-mejor-es-que-los-liberen-si-no-los-voy-a-acusar-con-sus-papas-y-sus-abuelos-y-se-pone-a-jugar-con-el-amlito/>. Acceso el: 1 julio 2023.

LIFEDER. Alter ego (psicología). **Lifeder.com**, 2022. Disponible en: <https://www.lifeder.com/alter-ego/>. Acceso el: 15 abril 2024.

LÓPEZ, Oralia. “A mi manera”, la canción que “interpretó” López Obrador en La mañanera. **El informador.mx**, 2023. Disponible en: <https://www.informador.mx/mexico/AMLO-A-mi-manera-la-cancion-que-interpreto-el-Presidente-en-La-mananera-VIDEO-20230803-0092.html>. Acceso el: 28 julio 2024.

MAINGUENEAU, Dominique. **Introducción a los métodos de análisis del discurso, problemas y perspectivas**. Buenos Aires: Hachette, 1976.

MAINGUENEAU, Dominique. El ethos y la voz de lo escrito. **Versión**, n. 6, p. 78-92, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análisis de textos de comunicación**. Traducción Víctor Goldstein. Buenos Aires: Nueva Visión, 2009.

MARTÍNEZ, Carlos. ¡Adiós a AMLITO!... Morena no podrá usar la caricatura de AMLO en campañas electorales. **Vanguardia.mx**, 2023. Disponible en: <https://vanguardia.com.mx/noticias/adios-a-amlito-morena-no-podra-usar-la-caricatura-de-amlo-en-campanas-electorales-GX6000833>. Acceso el: 15 abril 2024.

MARTÍNEZ, Rubí. AMLO se hace el que no oye y lanza chiste para no hablar de los jóvenes desaparecidos en Lagos de Moreno. **INFOBAE.com**, 2023. Disponible en: <https://www.infobae.com/mexico/2023/08/16/amlo-se-hace-el-que-no-oye-y-lanza-chiste-para-no-hablar-de-los-jovenes-desaparecidos-en-lagos-de-moreno/>. Acceso el: 27 julio 2024.

MORALES, Alberto. Nos quieren vender la farsa de que Xóchitl Gálvez comenzó vendiendo gelatinas: AMLO. **EL UNIVERSAL**, 2023. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/nos-quieren-vender-la-farsa-de-que-xochitl-galvez-comenzo-vendiendo-gelatinas-amlo/>. Acceso el: 20 agosto 2023.

MORÁN, Carmen, CAMAHI, Elías. La pelea entre López Obrador y Xóchitl Gálvez atiza la campaña entre las ‘corcholatas’ y la oposición. **El País**, 2023. Disponible en: <https://elpais.com/mexico/2023-07-08/la-pelea-entre-lopez-obrador-y-xochitl-galvez-atiza-la-campana-entre-las-corcholatas-y-la-oposicion.html>. Acceso el: 15 julio 2023.

MUY INTERESANTE. ¿En qué consiste una ‘limpia’ y de dónde proviene el culto? **Muy interesante.com**, 2019. Disponible en: <https://www.muyinteresante.com.mx/preguntas-y-respuestas/16424.html>. Acceso el: 27 julio 2024.

NÁJAR, Alberto. Las “mañaneras” de AMLO: cómo son las tempraneras conferencias con las que López Obrador marca la agenda política de México. **BBCMundo**. México, 2019. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47066862>. Acceso el: 20 mayo 2024.

PÊCHEUX, Michel. **Hacia el análisis automático del discurso**. Madrid: Gredos, 1978.

PEPLO FRANCO, Fernando. **El concepto de performance según Erving Goffman y Judith Butler**. Córdoba: Centro de Estudios Avanzados Editorial. Disponible en: <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/1750?show=full>. Acceso en: 12 diciembre 2023.

PERALTA, Concepción. Masacre de San Fernando, Tamaulipas Masacre de los 72 migrantes. In: **Comisión Nacional de los Derechos Humanos**, México, 2010. Disponible en: https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2023-08/FRN_AGO_22-2.pdf#:~:text=%E2%80%9CLa%20masacre%20de%20los%2072%20migrantes%20de%20San,%28Brasil%2C%20Ecuador%2C%20El%20Salvador%2C%20Guatemala%2C%20Honduras%20e%20India%29.%E2%80%9D. Acceso el: 15 diciembre 2023.

PERALTA, Omar. La vergonzosa reacción de AMLO hacia la tragedia de migrantes muertos en Ciudad Juárez. **YAHOO Noticias**, 2023. Disponible en: https://es-us.noticias.yahoo.com/la-vergonzosa-reaccion-de-amlo-hacia-la-tragedia-de-migrantes-muertos-en-ciudad-juarez-213826069.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuYmluZy5jb20v&guce_referrer_sig=AQAAACr-xTUA9VjgMTScnr-J00B53xE2ImAKC0w7YwluoVa-LpHWFUQicWUn74RgkBH1e8yi7O-8ZRJAJnhVUoy6NngEgIBF9Rkf-NVZ8YOLwA8EMIS9VSL_-3Tlq_UIFr13GyGLnTREQh6hx3X2Kbp-Rhyu-4JdzSsJtcyE71O5xTOj. Acceso el: 12 junio 2023.

PÉREZ PORTILLA, Karla. La interseccionalidad como concepto, su origen y potencial. In: GARCÍA, A. (coord.). **Construir la igualdad: reflexiones en clave judicial**. Centro de Estudios Constitucionales de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. México: Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2022, p. 187-239. Disponible en: https://www.academia.edu/92508736/La_interseccionalidad_como_concepto_su_origen_y_potencial. Acceso el: 21 octubre 2022.

PORTILLA, Jorge. **Fenomenología del relajo y otros ensayos**. México: Fondo de Cultura Económica, 1984. Disponible en: https://www.academia.edu/40071205/Jorge_portilla_fenomenologia_del_relajo. Acceso el: 31 julio 2024.

RAE. Real Academia Española. **Ethos**. 2024. Disponible en: <https://dle.rae.es/ethos?m=form>. Acceso el 12 de mayo de 2024.

REBOUL, Oliver. **Lenguaje e ideología**. México: Fondo de Cultura Económica, 1986.

RODRÍGUEZ, Ada. AMLOpedia: ¿Qué es y cómo funciona? **ABC Noticias.mx**, 2023. Disponible en: <https://abcnoticias.mx/tendencia/2023/4/26/amlopedia-que-es-como-funciona-187463.html>. Acceso el: 5 mayo 2023.

S.A. Los momentos más jocosos de AMLO. **Nación 321**, 2020. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=38-b2PuqDuY>. Acceso el: 10 octubre 2023.

STRAUSS, Anselm L.; CORBIN, Juliet M. **Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc, 1998, p. 110-121. Disponible en: <https://vdocument.in/codificacion-abierta-y-axialselectiva.html>. Acceso el: 15 noviembre 2023.

SUÁREZ, Alejandro. La espiritualidad y el poder: líderes políticos recurren a rituales para gobernar. **El Sol de México.com**, 2023. Disponible en: <https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/sociedad/la-espiritualidad-y-el-poder-lideres-politicos-recurren-a-rituales-para-gobernar-11010406.html>. Acceso el: 28 julio 2024.

TORRES CASTAÑO TISSERA, Esteban. La cuestión del poder en Eliseo Verón: exámenes desde la teoría social. **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, v. 56, n. 212, 2012. DOI: <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2011.212.30396>.

TREJO, Yoseline. Xóchitl Gálvez acusó de machista a AMLO: qué pasó y últimas reacciones”. **AS.com**, 2023. Disponible en: <https://mexico.as.com/actualidad/xochitl-galvez-acuso-de-machista-a-amlo-que-paso-y-ultimas-reacciones-n/>. Acceso el: 4 agosto 2023.

TURNER, Victor. **Dramas, fields and metaphors**. Ithaca/Londres: Cornell: University Press, 1974.

VITALE, María Alejandra. Êthos y legitimación política en los discursos de asunción de la presidente argentina Cristina Fernández de Kirchner. **ICONO 14**, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, v. 11, n. 1, p. 5-25, 2013. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i1.529>

VERÓN, Eliseo. **La Semiosis social**. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona, Gedisa, 1993.

VERÓN, Eliseo. Diccionario de lugares no comunes. In: **Fragmentos de un tejido**. Barcelona: Gedisa, 2004, p. 39-59.

VERÓN, Eliseo. Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales. Producción, recepción, regulación. In: **Fragmentos de un tejido**. Barcelona: Gedisa, 2004, p. 193-211.

WEBER, Max. **Economía y sociedad**. México: Fondo de Cultura Económica, 1977.

WONG, Alma Paola. ¿Qué es un 'detente', el amuleto que usa AMLO? **Milenio.com**, 2020. Disponible en: <https://www.milenio.com/politica/amlo-que-es-un-detente-uno-de-los-amuletos-del-presidente>. Acceso el: 19 mayo 2024.

ZEREGA, Georgina. Nuevo pulso entre López Obrador y Xóchitl Gálvez: el presidente publica información financiera de dos empresas de la aspirante presidencial”. **El país**, 2023. Disponible en: <https://elpais.com/mexico/2023-07-14/lopez-obrador-publica-la-informacion-financiera-de-dos-empresas-de-xochitl-galvez.html>. Acceso el: 20 julio 2023.

ZONA FRANCA. AMLO está en el top 10 de los streamers hispanos más vistos. **Zonafranca.mx**, 2023. Disponible en: <https://zonafranca.mx/tendencias/amlo-esta-en-el-top-10-de-los-streamers-hispanos-mas-vistos/>. Acceso en: 8 noviembre 2023.

Recebido em: 1 de agosto de 2024

Aceito em: 14 de outubro de 2024