

# **Narrativas políticas, estrategias de comunicación y populismo en las elecciones del Poder Judicial en México 2025**

## **Political narratives, communication strategies, and populism in the 2025 Mexican judicial elections**

**Sergio Rivera Magos\***  
**Gabriela González Pureco\*\***

Recibido el 12 de sptiembre de 2025  
Aceptado el 6 de noviembre de 2025

### **Resumen**

Este artículo examina las narrativas políticas, las estrategias de comunicación y la presencia de recursos populistas en torno a la inédita elección del Poder Judicial en México en 2025. A partir de un enfoque cualitativo que articula análisis textual, análisis de contenido y revisión documental, se analizan tres momentos: (1) los discursos de Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum durante la transición presidencial, (2) los mensajes de Sheinbaum previos y posteriores a la jornada electoral, y (3) las campañas digitales de las y los nueve ministros electos. Los resultados muestran que la narrativa populista funcionó como eje legitimador del proceso: en AMLO mediante un discurso confrontativo, moralizante y antiélite, y en Sheinbaum mediante un estilo más técnico y pedagógico que culminó en un relato de ruptura histórica frente al antiguo Poder Judicial. Asimismo, el estudio evidencia que la comunicación de campaña tuvo un papel marginal frente al peso determinante del capital político —cercanía partidista, apoyos presidenciales e inserción institucional—, revelando que la elección no significó una democratización sustantiva, sino la consolidación de un modelo de populismo que reconfigura las fronteras entre legalidad, legitimidad y poder.

---

\* Doctor en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos, España. Profesor-Investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y Director de Comunicación Estratégica, en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). sergio.rivera@uaq.mx. ORCID: 0000-0003-0624-501X. Correo electrónico: sergio.rivera@uaq.mx

\*\* Doctorante en Gestión Tecnológica e Innovación en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). Coordinadora de Web y Estrategia Digital en UAQ. ORCID: 0000-0001-8449-0868. Correo electrónico: gabriela.gonzalez.pureco@uaq.mx

## **Palabras clave**

Populismo; Narrativa política; Comunicación Política; Poder Judicial; Elecciones

## **Abstract**

This article examines the political narratives, communication strategies, and presence of populist devices surrounding the unprecedented 2025 judicial election in Mexico. Drawing on a qualitative approach that combines textual analysis, content analysis, and documentary review, the study analyzes three key moments: (1) the discourses of Andrés Manuel López Obrador and Claudia Sheinbaum during the presidential transition, (2) Sheinbaum's messages before and after the election, and (3) the digital campaigns of the nine elected ministers. The findings show that the populist narrative served as the central mechanism of legitimization throughout the process: in López Obrador through a confrontational, moralizing, and anti-elite discourse, and in Sheinbaum through a more technical and pedagogical style that ultimately framed the election as a moment of historical rupture with the old Judicial Branch. The study also demonstrates that campaign communication played a marginal role compared to the decisive weight of political capital —partisan proximity, presidential endorsements, and institutional embeddedness— revealing that the election did not result in substantive democratization, but rather consolidated a model of populist politics that reconfigures the boundaries between legality, legitimacy, and power.

This article examines the political narratives, communication strategies, and presence of populist devices surrounding the unprecedented 2025 judicial election in Mexico. Drawing on a qualitative approach that combines textual analysis, content analysis, and documentary review, the study analyzes three key moments: (1) the discourses of Andrés Manuel López Obrador and Claudia Sheinbaum during the presidential transition, (2) Sheinbaum's messages before and after the election, and (3) the digital campaigns of the nine elected ministers. The findings show that the populist narrative served as the central mechanism of legitimization throughout the process: in López Obrador through a confrontational, moralizing, and anti-elite discourse, and in Sheinbaum through a more technical and pedagogical style that ultimately framed the election as a moment of historical rupture with the old Judicial Branch. The study also demonstrates that campaign communication played a marginal role compared to the decisive weight of political capital —partisan proximity, presidential endorsements, and institutional embeddedness— revealing that the election did not result in substantive democratization, but rather consolidated a model of populist politics that reconfigures the boundaries between legality, legitimacy, and power.

## **Keywords**

Populism; Political Narrative; Political Communication; Judicial Power; Elections.

## Introducción

La elección del Poder Judicial de la Federación en México en 2025 constituye un caso excepcional para el estudio de la comunicación política y la legitimidad democrática en América Latina. Por primera vez en la historia reciente, la integración de juezas, jueces y magistraturas federales se sometió a un proceso de votación popular en un contexto marcado por una reforma impulsada desde el Ejecutivo, una profunda crisis de confianza hacia las instituciones judiciales y una narrativa previa que había situado al Poder Judicial como “élite corrupta” y “enemiga del pueblo”. Lejos de tratarse de un ajuste meramente técnico, la reforma judicial se inscribe en lo que la literatura ha descrito como constitucionalismo populista (Niembro, 2013), autoritarismo legalista (Scheppele, 2018) o constitucionalismo abusivo (Landau, 2013), es decir, el uso de mecanismos legales y constitucionales para reconfigurar los contrapesos institucionales en nombre de la soberanía (Ríos Figueroa, 2022; Aguiar, 2025).

El argumento central de este artículo sostiene que la narrativa populista construida desde el Poder Ejecutivo funcionó como eje legitimador de la elección del Poder Judicial, mientras que la comunicación política en sentido estricto —campañas digitales, mensajes segmentados, estrategias de persuasión— desempeñó un papel secundario frente al peso del capital político delegado por el Ejecutivo y el partido gobernante.

Sobre esta base, el artículo plantea la relación entre narrativa populista, legitimidad y capital político en tres planos complementarios. Desde una perspectiva teórica, este estudio dialoga con el debate contemporáneo sobre el populismo en América Latina al proponer una lectura integrada de tres tradiciones analíticas que a menudo se estudian por separado: el populismo como ideología delgada (Mudde y Rovira, 2013), como estilo comunicativo (Durand, 2019; Ostiguy et al., 2021) y como lógica discursiva de articulación (Laclau, 2005; Laclau y Mouffe, 2001). Al situar la reforma judicial mexicana dentro de los procesos de erosión judicial y constitucionalismo populista observados en otros países de la región —como Brasil, Bolivia, El Salvador o Venezuela—, el artículo muestra que la apelación al pueblo no sólo sirve para interpelar electoralmente, sino también para justificar la intervención sobre instituciones contramayoritarias y redescibir la legitimidad democrática en términos de voluntad general irrestricta (Hermet et al., 2001; Aguiar, 2022; Ríos Figueroa, 2022).

Empíricamente, el trabajo aporta un análisis de los discursos presidenciales, los mensajes de legitimación de la reforma y las campañas digitales de las y los ministros electos, mostrando que la narrativa populista funcionó como andamiaje de sentido que antecedió, encuadró y condicionó tanto la percepción ciudadana del Poder Judicial como la propia lógica de la elección. Teórica y metodológicamente, el caso mexicano permite observar cómo el populismo actúa simultáneamente como brújula moral, megáfono comunicativo y pegamento articulador de demandas dispersas (López-Núñez, 2025), al tiempo que revela los límites de la comunicación

electoral cuando el capital político y la hegemonía narrativa ya han sido definidos desde la cúspide del Poder Ejecutivo.

## Populismo como estilo, estrategia o sistema político

El populismo es un concepto polisémico y ambiguo (López-Núñez, 2025), pero la literatura coincide en tres grandes enfoques analíticos: como ideología delgada, como estilo comunicativo y como lógica discursiva. Como ideología de centro delgado, el populismo formula un núcleo moral binario que divide a la sociedad entre “el pueblo puro” y “la élite corrupta”, orientando la acción política hacia la expresión de la *volonté générale* (Mudde y Rovira, 2013; Salmorán, 2024). En esta visión, el populismo es inherentemente antielitista y antipluralista, pues solo el liderazgo populista encarna la voluntad legítima del pueblo (López-Núñez, 2025).

Como estilo comunicativo, el populismo se expresa en performances carismáticas, lenguaje emocional y una relación directa y desintermediada con “la gente”, dramatizando las crisis y desacreditando a los intermediarios institucionales (Ostiguy et al., 2021; Durand, 2019). Este estilo enfrenta simbólicamente “lo bajo” contra “lo alto”, resignificando culturalmente el antagonismo pueblo/élite (Souroujon, 2021).

Desde la perspectiva posestructuralista, el populismo es una lógica de articulación política que constituye “al pueblo” mediante cadenas de equivalencias entre demandas insatisfechas, convirtiéndolo en un significante vacío y en sujeto universal del antagonismo político (Laclau, 2005; Laclau y Mouffe, 2001; Vitale y Rodríguez Padilla, 2024). No hay populismo sin la construcción discursiva del enemigo, condición para delimitar la frontera entre pueblo y élite.

Canovan (1999) propone una visión tipológica que muestra la variedad de expresiones del populismo –de democracias populistas a populismos agrarios– y explica su recurrencia en momentos de crisis de representación, cuando la brecha entre promesas y desempeño institucional se vuelve intolerable.

Estos enfoques coinciden en que el populismo articula ideología, estilo y discurso alrededor del binomio “pueblo vs. élite”, funcionando como brújula moral, megáfono comunicativo y mecanismo articulador del conflicto político (López-Núñez, 2025).

## Narrativas populistas y legitimidad democrática

Las narrativas populistas legitimizan proyectos políticos mediante tres operaciones: (1) la construcción de un antagonismo moral que divide a la sociedad entre un pueblo virtuoso y una élite corrupta (Mudde y Rovira, 2013; Durand, 2019; Bueno, 2025); (2) la figura del líder carismático como intérprete único de la voluntad popular, desbordando mediaciones institucionales (Hermet et al., 2001; Souroujon, 2021); y (3) la erosión de contrapesos democráticos, especialmente del Poder Judi-

cial, presentado como parte de la élite ilegítima (Ríos Figueroa, 2022; López-Núñez, 2025; Rosete Borzani, 2025).

El populismo se sostiene en marcos discursivos que homogenizan al pueblo como significante vacío y construyen al adversario como enemigo moral absoluto (Laclau, 2005; Hermet et al., 2001). Esto habilita una visión ilimitada de la soberanía popular —*legibus solutus*— que puede justificar reformas que debilitan la división de poderes en nombre de la democratización (Diamanti y Lazar, 2019; Mora-Sifuentes, 2025). En América Latina, esta lógica se dirige especialmente contra los poderes judiciales, facilitando formas de autoritarismo legalista y constitucionalismo abusivo (Aguiar, 2025; Salmorán, 2024; López-Núñez, 2025).

Finalmente, estas narrativas se amplifican mediante un estilo comunicativo emocional, coloquial y permanentemente en campaña, que privilegia la posverdad, la desintermediación y la construcción afectiva del liderazgo (Durand, 2019; López-Núñez, 2025; Bueno, 2025).

## Comunicación política y capital político

La comunicación política, en clave populista, es un dispositivo de reproducción simbólica del poder: produce realidad, moviliza emociones y legitima la autoridad del líder frente a las instituciones (Durand, 2019; Laclau, 2005). En este marco, el antagonismo pueblo/élite se convierte en la matriz principal de sentido (Rosete Borzani, 2025).

El capital político —trayectoria, reputación, apoyos, cercanía partidista e inserción institucional— explica quién logra legitimarse ante el electorado (Alcántara Sáez, 2017; Joignant, 2012). En instituciones con baja legitimidad social, como el Poder Judicial, este capital depende menos del reconocimiento ciudadano y más del aval del Ejecutivo y del partido gobernante.

## Contexto político y discursivo previo a la reforma del Poder Judicial

La construcción del Poder Judicial de la Federación (PJF) como “élite corrupta” en el discurso del Poder Ejecutivo durante el sexenio de Andrés Manuel López Obrador fue una estrategia populista y sistemática orientada a neutralizarlo como contrapeso constitucional (Salmorán, 2024; Rosete Borzani, 2025; Ríos Figueroa, 2022). Desde la lógica binaria “pueblo virtuoso vs. élites corruptas”, la judicatura fue presentada como “enemigo del pueblo”, “bastión del conservadurismo” y parte de las “mafias del poder”, “al servicio de los potentados” y defensora de “criminales de cuello blanco, [...] los fífis” (López-Núñez, 2025; Ríos Figueroa, 2022). En las conferencias matutinas se insistió en que el PJF estaba “podrido, echado a perder”, capturado por intereses económicos y políticos, plagado de nepotismo y redes familiares

(Rosete Borzani, 2025; Ansolabehere y Salazar, 2024), con jueces “expertos en la ley, pero ciegos a la justicia”, evocando una crítica marxista al derecho como superestructura oligárquica (Mora-Sifuentes, 2025). Este dispositivo discursivo desvirtuó la función contramayoritaria del PJF al reducir sus decisiones a “tecnismos” que obstruían la “voluntad del pueblo” y al afirmar que “la Corte no puede estar por encima de la soberanía popular”, debilitando la columna vertebral de la separación de poderes (Vitale y Rodríguez Padilla, 2024).

La narrativa se alimentó de episodios concretos que fueron convertidos en pruebas de cargo contra la “élite judicial”. Las suspensiones contra obras insignia como el aeropuerto de Santa Lucía (AIFA) y las medidas cautelares frente a la Ley de la Industria Eléctrica y la Ley de Hidrocarburos fueron descritas como “conspiraciones judiciales” contra la transformación (Rosete Borzani, 2025; Ríos Figueroa, 2022). La Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) fue acusada de proteger privilegios al declarar inconstitucional la Ley de Remuneraciones —que buscaba que nadie ganara más que el presidente—, lo que permitió exhibir los salarios “ofensivos” de jueces y ministros (Salmorán, 2024). La invalidación del traspaso de la Guardia Nacional a la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) se leyó como defensa del *statu quo* en materia de seguridad. Paralelamente, se enfatizaron casos de nepotismo y corrupción, la renuncia opaca del ministro Eduardo Medina Mora (Ríos Figueroa, 2022), la consulta para “enjuiciar a expresidentes” en la que la SCJN avaló una pregunta constitucionalmente problemática (Ansobehere y Salazar, 2024), el intento de ampliar vía transitorio el mandato del ministro presidente Arturo Zaldívar, el desacato de autoridades a suspensiones dictadas tras la reforma de 2024 y episodios de hostigamiento simbólico como la manifestación con ataúdes con las caras de los ministros durante el llamado Plan B electoral (Rosete Borzani, 2025). La mención nominal de juzgadores desde la mañana y las solicitudes públicas para que fueran investigados por el Consejo de la Judicatura Federal reforzaron un clima de intimidación y deslegitimación personal (Ríos Figueroa, 2022).

Esta campaña se montó sobre un déficit de legitimidad social largamente documentado. Latinobarómetro (2024) registró que solo 5.8 % de la población decía confiar mucho en el poder judicial y 64 % declaraba no confiar nada; el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2025) lo situaba entre las cinco instituciones menos confiables, apenas por encima de policías, partidos, ministerios públicos y el poder Legislativo. La Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2024) reportó que 22.2 % de las personas mayores de 18 años “desconfía algo” de los jueces y 15.7 % tenía “mucho desconfianza”, mientras que la Encuesta de Opinión Pública sobre el Poder Judicial y su Reforma en México (Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung, 2025) mostró una alta confusión ciudadana sobre el rol judicial: 35 % cree que los jueces investigan delitos y 44 % que reciben denuncias. Además, solo el 39 % consideró bueno el desempeño de jueces y ministros, 66.7 % percibe que en las cortes se cometan actos de corrupción y 16.3 % identifica cobros extra para agilizar trámites

(Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2025). Este contexto de desconfianza fue instrumentalizado discursivamente como “respaldo popular” para la ofensiva contra el PJF, presentado como institución oligárquica desconectada del pueblo (López-Núñez, 2025; Ríos Figueroa, 2022).

Sobre esa base, el Ejecutivo preparó simbólicamente la transición hacia la elección popular de juzgadores y magistrados. Primero diagnosticó un “conflicto profundo, inevitable, generalizado y antagónico” entre pueblo y élite judicial, acusando a los jueces de traidores, corruptos y negligentes (Mora-Sifuentes, 2025). Despues planteó la reforma como “remedio” casi religioso: era necesario “limpiar” y “purificar” al PJF, expiar sus pecados mediante el perdón del pueblo y restituir su legitimidad por la vía de una “democracia directa” judicial (López-Núñez, 2025). Esta lógica se acompañó de un ataque frontal a la razón jurídica y a la carrera judicial: se descalificó la “razón artificial” de los juristas frente a la “razón natural” del pueblo (Aguiar, 2024), se idealizó la figura histórica del juez lego, se banalizaron los requisitos técnicos sustituyendo concursos de oposición por promedios y ensayos, y se redefinió al juez como “protector del Estado” antes que como garante de derechos (Mora-Sifuentes, 2025; Rosete Borzani, 2025). La reforma aprobada en septiembre de 2024, que destituyó a todos los juzgadores para someterlos al voto popular, la llamada “tómbola judicial” y la integración de comités de evaluación con figuras cercanas a Morena —entre ellas el exministro Arturo Zaldívar— escenificaron una ruptura total con la estructura judicial previa y confirmaron la subordinación del proceso a la lógica política (Rosete Borzani, 2025). Amenazas de juicio político, hostigamiento a jueces y la presentación del cambio como única vía para “arrancar de raíz un régimen de corrupción” terminaron de consolidar un clima donde la elección popular de jueces aparecía como la única salida legítima frente a una élite judicial degradada (Moliterno y Čuroš, 2022; López-Núñez, 2025).

## Metodología

El estudio adopta un enfoque cualitativo centrado en el análisis textual y el análisis de contenido porque el objeto de interés no es el volumen de mensajes producidos, sino la forma en que el poder Ejecutivo construyó, encuadró y reiteró una narrativa populista sobre el Poder Judicial. El populismo, entendido como lógica discursiva, ideología delgada y estilo comunicativo, se manifiesta precisamente en la selección de marcos, metáforas, antagonismos y apelaciones al pueblo que organizan el sentido de los discursos; por ello, el análisis textual resulta particularmente adecuado para rastrear cómo se articula la dicotomía “pueblo virtuoso vs. élite corrupta”, cómo se personaliza la confrontación con la judicatura y cómo se legitima la reforma judicial en nombre de la voluntad popular.

El corpus se organiza en tres momentos analíticos complementarios. En primer lugar, se examinan los discursos presidenciales sobre el Poder Judicial en la transición entre el gobierno de Andrés Manuel López Obrador y el inicio del go-

bierno de Claudia Sheinbaum: el último mes de conferencias matutinas de AMLO (septiembre de 2024) y el primer mes de mañaneras de Sheinbaum (octubre de 2024). En segundo lugar, se analizan los mensajes específicos que la presidenta emitió inmediatamente antes y después de la elección de las nuevas autoridades judiciales, en los que se justifica el proceso como ruptura histórica y se reviste de legitimidad popular. En tercer lugar, se estudian las campañas digitales de las y los nueve ministros electos en sus perfiles de Facebook, X, Instagram y TikTok durante el proceso electoral, así como las trayectorias y apoyos que conforman su capital político.

En los dos primeros momentos se aplica un análisis textual asistido por la herramienta de acceso abierto Voyant Tools, lo que permite explorar patrones en el discurso presidencial. A partir de estos insumos se codifican cuatro constructos principales de la narrativa presidencial sobre el Poder Judicial: marco narrativo, estilo narrativo, personalización y presencia de elementos populistas. El marco narrativo se refiere a los encuadres centrales que definen al Poder Judicial como élite, enemigo o bastión conservador; el estilo narrativo alude al tono, registro y recursos retóricos (dramatización de la crisis, lenguaje coloquial, moralización del conflicto); la personalización identifica la asignación de responsabilidades a actores concretos (ministros, jueces, “mafias del poder”); y la presencia de elementos populistas recoge la articulación de la dicotomía pueblo/élite, las apelaciones directas al “pueblo”, la descalificación de intermediarios y la reivindicación de una soberanía popular irrestricta. Estos constructos permiten distinguir entre momentos de discurso abiertamente populista y pasajes más institucionales o técnicos, considerados no populistas en la medida en que privilegian el lenguaje jurídico, reconocen la autonomía de poderes o apelan a criterios de pluralismo y legalidad.

En la tercera etapa se realiza, en primer término, un análisis de contenido de las campañas digitales de las y los ministerios electos para identificar el grado de profesionalización y el tipo de narrativa desplegada en redes sociales. A partir de sus publicaciones en Facebook, X, Instagram y TikTok se codifican las categorías presencia digital, marco narrativo, presencia de elementos populistas, formato e identidad visual. La categoría presencia digital permite evaluar la intensidad y continuidad de la campaña (frecuencia de publicaciones, variedad de plataformas); el marco narrativo recupera los encuadres centrales que cada candidatura utiliza para presentarse (mérito técnico, cercanía al pueblo, continuidad de la 4T); la presencia de elementos populistas identifica apelaciones al pueblo, antagonismos frente a élites o a la “vieja justicia”, promesas de “limpiar” o “democratizar” el Poder Judicial; la dimensión formato clasifica los recursos utilizados (videos, transmisiones en vivo, infografías, *reels*, memes) y la identidad visual analiza la coherencia simbólica de colores, eslóganes, emblemas y fotografías, así como su alineación con la estética de Morena o con una marca personal diferenciada. Este análisis permite valorar tanto el desarrollo y consistencia comunicativa de las campañas como su alcance simbólico en términos de construcción de legitimidad.

En segundo término, se integra un análisis del capital político de cada ministro o ministra mediante una revisión documental estructurada siguiendo la propuesta de Alcántara Sáez (2017). Se elabora una matriz comparativa a partir de fichas biográficas construidas con información de medios de comunicación, entrevistas públicas y notas periodísticas. En esta matriz se codifican cinco dimensiones: trayectoria profesional, cercanía partidista, apoyos visibles, representatividad simbólica y grado de inserción institucional. La trayectoria profesional recoge cargos previos en el ámbito judicial, académico, administrativo o político, así como la duración y continuidad de la carrera; la cercanía partidista identifica vínculos con Morena u otras fuerzas políticas, militancia, colaboraciones en campañas o puestos de confianza; los apoyos visibles registran respaldos explícitos de liderazgos del oficialismo, organizaciones corporativas o actores territoriales; la representatividad simbólica se refiere a atributos que permiten al candidato encarnar determinados grupos o causas (origen social, territorialidad, pertenencia étnica o de género, trayectorias de “mérito” o “esfuerzo”); finalmente, el grado de inserción institucional evalúa la profundidad de sus redes dentro del aparato estatal y del sistema de justicia. Al cruzar estas dimensiones con el análisis textual y de contenido, es posible observar hasta qué punto las campañas digitales desempeñaron un papel secundario frente al capital político delegado por el Ejecutivo y el partido gobernante, y cómo la narrativa populista de legitimación se apoyó en estos recursos previos más que en una disputa comunicacional abierta por el voto ciudadano.

## Resultados

En este apartado se presentan los resultados organizados en los tres momentos de análisis: primero, las narrativas de AMLO y Sheinbaum en torno al Poder Judicial durante la transición presidencial; posteriormente la narrativa presente en los mensajes previos y posterior a la elección del poder judicial de la presidenta Claudia Sheinbaum. Y finalmente, la narrativa y estrategia de campaña en redes sociales de los 9 ministros y ministras electos.

### Narrativa de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en torno al Poder Judicial

Durante el último mes de su mandato, el expresidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) mencionó en 704 ocasiones términos como judicial, juez, jueza, ministro y magistrado, presentes en 18 de las 19 conferencias matutinas analizadas. La narrativa dominante se articula desde los términos poder, reforma y judicial, vinculados a constitucional, mostrando búsqueda de legitimidad.

Imagen 1. Frecuencia de términos relacionados con el poder judicial en las conferencias matutinas de Andrés Manuel López Obrador



Fuente: Voyant Tools

Imagen 2. Enlaces textuales relacionados con el poder judicial en las conferencias matutinas de Andrés Manuel López Obrador



Fuente: Voyant Tools

Se observa también una personalización de la crítica, debido a la presencia de términos como juez, magistrado y ministro que aparecen conectados con palabras como “corrupción”, “fiscal”, “qué”, “no”, “ningún” y “toda”, mostrando que no sólo se habla de la institución abstracta (el poder judicial) sino de sus integrantes a la vez que se cuestiona su legitimidad y desempeño.

“...consideramos que el Poder Judicial está mal, hay mucho influentismo, nepotismo, corrupción en el Poder Judicial, y que es indispensable una renovación, un cambio, que se limpie, que se purifique”

Sobre el marco narrativo el término corrupción de vincula con jueces y fiscal, reforzando la narrativa del poder judicial como élite corrupta y enemiga del pueblo; mientras que legislativo aparece conectado con Judicial y Congreso como actor legitimador de la reforma. A la vez qué la presencia de palabras como “qué”, “está”, “toda” y “ningún” muestran un estilo retórico confrontativo e interrogativo, usado para deslegitimar (“¿Qué hacen?”, “ningún ministro”, “toda la corrupción”).

“¿Qué, es más complejo ser juez que ser presidente de la República? ¿Y por qué al presidente se le elige, o gobernador de un estado, o presidente municipal?”

### Narrativa de Claudia Sheinbaum en torno al Poder Judicial

La presidenta mencionó en 434 ocasiones términos relacionados con el Poder Judicial (judicial, juez, magistrado, ministro, jueza, magistrada, ministra) y lo hizo en la totalidad de las mañaneras analizadas, lo que muestra la relevancia narrativa en su agenda; a diferencia de su antecesor la presidenta utiliza en más ocasiones términos en femenino.

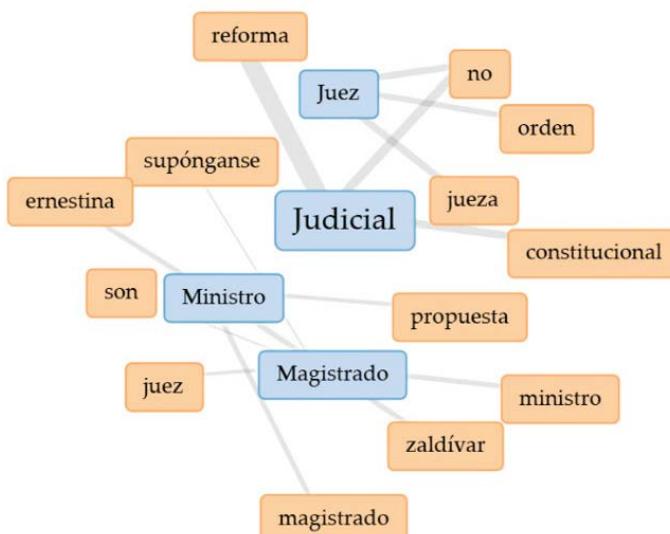
**Imagen 3. Frecuencia de términos relacionados con el poder judicial en las conferencias matutinas de Claudia Sheinbaum**



Fuente: Voyant Tools

Sobre la narrativa dominante se observa “Judicial” en el centro, pero menos cargado de términos negativos que en el caso de AMLO. Los términos ministro y magistrado están vinculados de manera más técnica mediante términos como propuesta, constitucional, reforma y orden, en un intento por institucionalizar la discusión.

Imagen 4. Enlaces textuales relacionados con el poder judicial en las conferencias matutinas de Claudia Sheinbaum



Fuente: Voyant Tools

Aparecen nombres propios como Zaldívar (Arturo Zaldívar, Coordinador General de Política y Gobierno de la Presidencia de México) y Ernestina (Ernestina Godoy, Consejera Jurídica del Ejecutivo Federal), designados por la presidenta como voces autorizadas para hablar sobre el tema.

“Y después, vamos a hablar de esta resolución de una jueza que ordena bajar la publicación de la reforma al Poder Judicial, a la presidenta, y entonces Ernestina Godoy y el ministro Zaldívar van a explicar por qué no tiene sustento esta solicitud que se está haciendo, no tiene ningún sustento jurídico, y vamos a hablar de ello.”

La presencia de palabras como “supónganse”, refleja un estilo pedagógico o explicativo de Sheinbaum, que coloca ejemplos hipotéticos para justificar la re-

forma o posicionar ideas, en lugar de acusaciones directas. En lugar de adjetivos descalificativos como “corruptos” o “privilegios” (frecuentes en AMLO), aparecen términos como “propuesta”, “constitucional”, “orden”, lo que indica un tono más institucional y argumentativo.

“Supónganse que, de un magistrado, de un ministro, salen seis finalistas. De esos seis finalistas, se hace una tómbola para que sean tres los que se vayan a la elección”.

La reforma judicial sigue siendo un tema central. “Reforma” sigue siendo central, pero vinculada a la idea de propuesta más que a la denuncia. El término “constitucional” conecta con “Judicial”, lo que refuerza la búsqueda de legitimidad legal en el discurso de Sheinbaum.

“Y el Consejo de la Judicatura hizo lo que dice la Constitución, la Constitución manda al Consejo de la Judicatura para enviar las vacantes, el número de jueces, magistrados, y ministros o magistrados y jueces, es un mandato constitucional”.

## Narrativa presente en el mensaje de la presidenta Claudia Sheinbaum, previo a la elección del Poder Judicial

El 1 de junio de 2025 se llevaron a cabo las elecciones del poder judicial por primera vez en México. Previo a la elección, el sábado 31 de mayo, la presidenta compartió un mensaje en formato de video en sus redes sociales con una duración de 1 minuto 43 segundos.<sup>1</sup> En la narrativa presente en el video los nodos centrales que lo articulan son pueblo y judicial, situando la narrativa en la relación directa entre ciudadanía y poder judicial.

La presidenta enmarca la elección como un acto democrático, donde el pueblo se convierte en protagonista frente a una institución históricamente percibida como lejana. Palabras como “queremos”, “todos”, “todas”, “cercano” y “honesto” refuerzan un marco de inclusión y transparencia. La noción de cercanía conecta con la narrativa de acercar la justicia al pueblo, en contraposición al distanciamiento tradicional de ministros y ministras. Conceptos como “elección”, “elegido”, “nuevo” y “vez”, resaltan la idea de un momento histórico y transformador, presentando la votación como la primera ocasión en que el pueblo interviene directamente en la integración del poder judicial.

Narrativamente presenta un marco no confrontativo (como en AMLO), sino de renovación y esperanza, democratizando la legitimidad del poder judicial.

<sup>1</sup> [https://www.facebook.com/watch/?v=352177737462211&locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/watch/?v=352177737462211&locale=es_LA)

Imagen 5. Enlaces textuales presentes en el mensaje de Claudia Sheinbaum previo a la elección del poder judicial.



Fuente: Voyant Tools

### Narrativa presente en el mensaje de la presidenta Claudia Sheinbaum posterior a la elección del Poder Judicial.

Un día después de que se realizó la elección, la presidenta publicó un mensaje en sus redes sociales, al igual que el mensaje previo, este fue en formato de video con una duración de 2 minutos 32 segundos.<sup>2</sup> En este mensaje el nodo central es “judicial” pero a diferencia del mensaje previo (que giraban en torno a “inclusión”, “elección” y “pueblo”), aquí se acompaña de palabras como realidad, dicho, sido, tendría, vez.

Se presenta también una crítica al poder judicial heredado “ha sido responsable”, “liberado miles de millones” o “nepotismo”, señalando directamente al poder judicial previo, algo que había sido poco frecuente tanto en sus mañaneras durante la transición, así como inexistente en su mensaje previo. El término “realidad” funciona como un recurso discursivo para legitimar la crítica, puesto que no es solo una opinión, sino un hecho comprobable.

Palabras como “todos”, “todas” y “mexicanos” conectan con la narrativa de representación popular y democratización, en oposición al nepotismo del sistema anterior “por las y los nuevos guardianes de la justicia”. La coocurrencia con “justo” y “sentido” indica que Sheinbaum coloca la reforma como una reivindicación ética

2 [https://www.facebook.com/ClaudiaSheinbaumPardo/videos/352177737462211?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/ClaudiaSheinbaumPardo/videos/352177737462211?locale=es_LA)

Imagen 6. Enlaces textuales presentes en el mensaje de Claudia Sheinbaum posterior a la elección del poder judicial.



Fuente: Voyant Tools

frente a la injusticia del pasado, no se trata únicamente de un cambio político, sino de un ajuste moral y social en favor de los mexicanos.

Mediante la narrativa presente en este mensaje, Sheinbaum construye un relato de ruptura histórica, el antiguo poder judicial fue cómplice de la corrupción y la impunidad, mientras que el nuevo —electo democráticamente— encarna la justicia real, justa y para todas y todos los mexicanos.

### Estrategias de comunicación digital en las campañas de la elección judicial

Durante el proceso electoral para elegir a las y los nuevos integrantes del Poder Judicial de la Federación, se hizo un análisis a través de sus redes sociales (RRSS) con el fin de detectar la narrativa de sus campañas de comunicación digital. A partir de sus plataformas en redes sociales (Facebook, X, Instagram y TikTok), se identificaron las variables: presencia en RRSS, uso de narrativa, formato de campaña, identidad visual y mensaje, mismas que permitieron obtener su nivel de desarrollo, consistencia y alcance simbólico de las campañas. Cabe mencionar que de Sara Irene Herreras Guerra no se encontraron las redes sociales para el momento del análisis (julio, 2025) pero sí se encontraron evidencias de que estuvieron activas en campaña, sin embargo, metodológicamente no fue posible incorporar el análisis dada la imposibilidad de acceder al contenido publicado.

Tabla 1. Estrategias de comunicación digital de las candidaturas ganadoras al Poder Judicial (2025)

Candidato/a	Presencia digital	Narrativa principal	Mensaje central	Presencia de elementos populistas	Formatos predominantes	Identidad visual
Hugo Aguirar	X, Facebook	Testimonial, comunitaria, educativa	Representación indígena y justicia intercultural	Pueblo Antíelite	Videos cortos, storytelling, hashtags	Colores café/morado, #YaNosTomamosMinistroIndígena, número 34
Lenia Batres	Facebook, Instagram, X, TikTok	Personal, emocional, patriótica	Justicia social, acceso universal, austerioridad	Pueblo	Videos en primera persona, carruseles, infografías	Morado, balanza, número 03, #MinistraDelPueblo
Yasmín Esquivel	Facebook, Instagram, X, TikTok	Institucional y humano	Justicia cercana, sin privilegios, puertas abiertas	Pueblo Antíelite	Reels, carruseles, mensajes gráficos	Morado/lila, número 08, #MinistraDeLaTransformación
Loretta Ortiz	Facebook, Instagram, X	Feminista, derechos humanos	Justicia con perspectiva de género e igualdad		Reels, infografías animadas, carruseles	Morado/lila, número 22, #Vota22
María Estela Ríos	Instagram, X, TikTok (limitada)	Combativa, anticorrupción, cercana a AMLO	Fin de la corrupción, justicia con el pueblo	Pueblo Antíelite	Videos simples, fotos con copy	Sin consistencia, número 26 poco visible
Irving Espinosa	X, Instagram, TikTok (baja interacción)	Técnica, anticorrupción	Justicia sin corrupción, perfil técnico-ético	Pueblo	Videos básicos, fotos con copy	Morado/blanco, número 41 poco integrado
Giovanni Figueroa	Facebook, Instagram, TikTok	Testimonial, juvenil, empático	Transparencia, inclusión, justicia humana		Videos en primera persona, storytelling	Morado, fotos en B/N, número 43
Arístides Guerrero	Facebook, Instagram, X, TikTok	Juvenil, inclusivo, progresista	Renovación del Poder Judicial, justicia inclusiva		Reels, retos, cápsulas emocionales	Morado, #Guerreiro48, número 48

Fuente: Elaboración Propia

En la categoría de presencia en redes sociales, todos los perfiles analizados contaban con al menos una plataforma activa durante el periodo de campaña (del 30 de marzo al 28 de mayo de 2025). Sin embargo, solo una parte de ellos mantuvo una estrategia sostenida, multiplataforma y adaptada a los formatos de cada red, como fue el caso de Lenia Batres, Loretta Ortiz y Yasmín Esquivel. Estas candidatas mostraron dominio en la creación de contenido para video vertical, carruseles, copy narrativos y uso constante de hashtags e íconos visuales relacionados con la boleta electoral.

Otros perfiles, como el de Giovanni Figueroa o Arístides Guerrero, también utilizaron activamente redes como TikTok e Instagram, destacando por un tono juvenil, testimonial y emocional, aunque con menor nivel de diseño o consistencia visual. En contraste, candidaturas como las de Irving Espinosa y María Estela Ríos mostraron baja frecuencia de publicación, contenido limitado a videos simples o mensajes textuales, y poca interacción con la audiencia.

En el uso de narrativa, un hallazgo importante es que la mayoría de las campañas digitales construyeron una identidad de transformación del Poder Judicial, cada perfil lo abordó desde distintos ejes. Hugo Aguilar Ortiz articuló una narrativa testimonial e identitaria, enfatizando su origen indígena y la necesidad de una justicia intercultural. Utilizó el hashtag #YaNosTocaMinistroIndígena y su frase “una justicia que nazca del pueblo y vuelva al pueblo”. Lenia Batres y Loretta Ortiz combinaron elementos personales, patrióticos y comunitarios, vinculando su historia de vida con la transformación institucional. En sus mensajes apelaron a la memoria histórica, la justicia social y la defensa de lo público.

Yasmín Esquivel optó por una narrativa institucional y emocional, destacando su trayectoria, compromiso con la educación pública y el acceso igualitario a la justicia. Sus mensajes tenían un tono aspiracional. Giovanni Figueroa y Arístides Guerrero apostaron por una narrativa de cercanía generacional, utilizando frases simbólicas, imágenes familiares y contenido visual fresco, aunque con menos recursos gráficos. Mientras que María Estela Ríos fue una de las pocas candidatas que mencionó explícitamente su vínculo con el presidente López Obrador, usando frases como “fue un honor ser su abogada” y hashtags como #LaAbogadaDeAMLO, lo cual evidencia una narrativa alineada con la 4T. Lo mismo ocurre con Loretta Ortiz, quien incorporó menciones y apoyo simbólico de Claudia Sheinbaum en algunos de sus reels.

Para los mensajes clave, la revisión de los copy con mayor interacción permitió identificar las frases que concentraron los ejes discursivos de cada candidatura, entre ellas:

- “La justicia debe nacer del pueblo y volver al pueblo” (Hugo Aguilar)
- “La justicia es asunto de todas y todos” (Lenia Batres)
- “No hay transformación sin participación” (Yasmín Esquivel)
- “La justicia también se construye desde las urnas” (Loretta Ortiz)

- “Rompamos juntos la burbuja de privilegios del Poder Judicial” (Giovanni Figueroa)

Estas frases nos muestran el uso intencionado del lenguaje político, populista y emocional, en las campañas.

En cuanto al formato de la campaña, el análisis muestra que todas fueron predominantemente digitales, aunque no todas aprovecharon al máximo el potencial multiformato. Las candidatas más visibles adaptaron sus publicaciones a cada red: videos verticales en TikTok e Instagram, postales institucionales en Facebook, y mensajes de denuncia o conexión emocional en X.

La presencia territorial se documentó en algunos casos a través de fotos y videos de visitas a mercados, foros, universidades o plazas públicas, pero el énfasis se mantuvo en el storytelling digital. Se evidenció una tendencia clara al uso de símbolos gráficos (como los colores morado/lila, el número de boleta o la palabra “transformación”) como parte de una identidad de campaña que además buscaban generar asociaciones con las boletas. Respecto a la identidad visual, cinco de los nueve perfiles analizados construyeron una identidad visual coherente, con uso estratégico del color morado, íconos de justicia, tipografía fija, número de boleta visible y marca personal (por ejemplo, #MinistraDelPueblo o #MinistroJoven). En cambio, en los perfiles con menor preparación digital (como Irving Espinosa o María Estela Ríos), se observó una falta de diseño gráfico estructurado, sin una línea visual constante ni logotipos definidos.

## **Capital político de las y los ministros electos**

Como segunda etapa del análisis, se llevó a cabo una revisión documental para caracterizar el capital político de las y los nueve candidatos electos a cargos dentro del Poder Judicial. Esta revisión se realizó en dos fases: primero, mediante la recopilación de datos biográficos y profesionales a través de fichas, los cuales fueron extraídos de medios de información, entrevistas y notas periodísticas; después, mediante la sistematización en una matriz comparativa con las siguientes categorías: trayectoria profesional, cercanía partidista, apoyos visibles, representatividad simbólica y grado de inserción institucional.

### *Trayectoria profesional*

En la trayectoria profesional, se identificó diversidad en los perfiles profesionales. Todos cuentan con formación en temas jurídicos y experiencia previa en el sector público o académico, las trayectorias se agrupan las siguientes: judiciales o técnicas, políticas y académicas o de defensa de derechos humanos. Trayectorias judiciales o técnicas: como en el caso de Yasmín Esquivel, Giovanni Figueroa y Irving Espinosa, cuyas carreras se desarrollaron principalmente en tribunales, fiscalías y órganos de justicia administrativa. Trayectorias políticas y académicas: como Loreta Ortiz, Lenia Batres y Arístides Guerrero, quienes combinan una experiencia en

cargos de elección o representación con labores docentes, legislativas o de difusión de derechos. Trayectorias de defensa de derechos humanos: especialmente notorio en Hugo Aguilar y Sara Irene Herrerías, con antecedentes en la ONU, la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), la Fiscalía General de la República (FGR) o espacios de defensa a víctimas y pueblos originarios. Este cruce de trayectorias muestra cómo se privilegió a perfiles técnicos y políticos con alto grado de especialización, pero con capacidades de interlocución con el poder ejecutivo.

### *Cercanía partidista*

En cuanto a la cercanía partidista, uno de los hallazgos más consistentes es que ocho de los nueve perfiles muestran una cercanía directa con Morena o con actores centrales del “obradorismo”. Esta cercanía varía desde la militancia (como en el caso de Loretta Ortiz o Lenia Batres), hasta vínculos institucionales visibles (como el caso de Sara Herrerías o Irving Espinosa, quienes trabajan o colaboran con dependencias clave de la 4T). Solo Hugo Aguilar presenta una trayectoria no abiertamente partidista, aunque su postulación también fue impulsada por Morena a nivel estatal, lo que refuerza el papel del partido como filtro principal de las candidaturas.

### *Apoyos visibles*

Para la variable de apoyos visibles, cinco perfiles registran apoyos explícitos o simbólicos de líderes políticos de primer nivel, especialmente de López Obrador y de Claudia Sheinbaum. Los casos más evidentes son el de María Estela Ríos, quien fue consejera jurídica del presidente en dos períodos; así como los de Loretta Ortiz y Lenia Batres, ambas vinculadas al círculo cercano de AMLO y Sheinbaum; Giovanni Figueroa, quien recibió respaldo directo de Sheinbaum; y el de Yasmín Esquivel, cuyo nombramiento original también se atribuyó directamente al presidente. Lo anterior muestra que la estructura partidista y el apoyo presidencial pudieron operar como sustitutos de campañas tradicionales, funcionando como aval político ante el electorado.

### *Representatividad simbólica*

La representatividad simbólica, se presenta en todas las candidaturas, pues fueron construidas bajo criterios de representatividad identitaria y simbólica, destacando la paridad de género en que cinco de las nueve personas electas son mujeres; la diversidad de perfiles ya que se eligieron candidatas con identidades marcadas, como Hugo Aguilar, indígena mixteco, o con una narrativa de representación ciudadana, como Arístides Guerrero, que representa a la gente más joven; y finalmente, enfoques de derechos humanos y justicia social para los casos de Sara Herrerías, Loretta Ortiz y el mismo Hugo Aguilar, pues se enfatizó su compromiso con víctimas, pueblos originarios o poblaciones vulnerables.

Para la inserción institucional, la mayoría de las y los electos ocupan o han ocupado cargos estratégicos dentro de órganos de justicia, transparencia, derechos humanos o administración pública. Esto les otorga visibilidad, redes de contacto, y legitimidad técnica, por ejemplo, Yasmín Esquivel y Giovanni Figueroa han sido parte de órganos jurisdiccionales relevantes (Tribunal de la CDMX, Judicatura Federal), mientras que Sara Herreras cuenta con una trayectoria en instituciones clave como la FGR, la SEGOB y la CNDH y Loretta Ortiz tiene inserción en espacios de decisión tanto nacionales como internacionales.

## Discusión

Los resultados confirman, matizan y en algunos puntos complejizan el planteamiento teórico de partida: la elección del Poder Judicial se legitimó centralmente a través de una narrativa populista construida desde el Ejecutivo, mientras que la comunicación política en sentido estricto desempeñó un papel marginal frente al peso acumulado del capital político y la cercanía con Morena.

En el primer momento de análisis, la narrativa de Andrés Manuel López Obrador ilustra con claridad el núcleo ideológico del populismo descrito por Mudde y Rovira (2013) como “ideología de centro delgada”: la sociedad dividida en dos campos homogéneos y antagónicos, el “pueblo puro” contra la “élite corrupta”. La frecuencia de términos como “judicial”, “juez”, “jueza”, “ministro” y “magistrado”, mencionados 704 veces en 18 de 19 conferencias, evidencia centralidad temática y densidad polémica: el Poder Judicial aparece atravesado por “poder”, “reforma”, “constitucional”, pero sobre todo por “corrupción”, “influyentismo” y “nepotismo”. Cuando AMLO afirma que “el Poder Judicial está mal, hay mucho influyentismo, nepotismo, corrupción [...] y que es indispensable una renovación, un cambio, que se limpie, que se purifique”, reproduce el guion que la literatura denomina populismo como *pharmakon*: remedio y veneno a la vez, que bajo la bandera de la lucha contra la corrupción habilita una lógica antiliberal en el seno del Estado (López-Núñez, 2025).

Desde la lógica discursiva de Laclau (2005), se observa con nitidez el proceso de construcción del enemigo: los términos “juez”, “magistrado” y “ministro” ya no remiten sólo a una función institucional abstracta, sino que se personalizan y se encadenan a significantes como “corruptos”, “privilegios”, “defensa de los ricos” y “criminales de cuello blanco”. El “Poder Judicial” deja de ser un aparato del Estado y se convierte en la élite antagonista, el “bastión del conservadurismo” que, en el relato presidencial, bloquea la voluntad popular (Ríos Figueroa, 2022; Salmorán, 2024). El estilo confrontativo, marcado por recursos interrogativos (“¿Qué hacen?”, “¿Qué, es más complejo ser juez que ser presidente de la República?”), refuerza la dramatización que se asocia al populismo como estilo comunicativo: una performance que simplifica, moraliza y convierte el conflicto político en una lucha entre bien y mal (Durand 2019; Souroujon, 2021).

Así, en AMLO se articulan los tres planos conceptuales revisados en el marco teórico: la ideología delgada (núcleo moral pueblo/élite), el estilo comunicativo (lenguaje coloquial, interrogativo, descalificador) y la lógica de articulación (construcción hegemónica de un “nosotros” popular frente a un “ellos” judicial). La insistencia en que la Corte “no puede estar por encima de la soberanía del pueblo” dialoga con la noción de soberanía popular ilimitada descrita por Hermet et al. (2001) y por López-Núñez (2025): el pueblo, como *summa potestas*, estaría *legibus solutus* y por encima de cualquier diseño constitucional. La función contramayoritaria del Poder Judicial se deslegítima así como usurpación elitista, exactamente en la línea del “constitucionalismo abusivo” y el “autoritarismo legalista” que Ríos Figueroa (2022), Landau (2013) y Scheppelle (2018) identifican en otros contextos populistas.

El segundo momento, correspondiente a la narrativa de Claudia Sheinbaum en la transición, introduce matices relevantes sin romper con la matriz populista. Los datos muestran que la presidenta menciona en 434 ocasiones términos asociados al Poder Judicial y lo hace en todas las mañaneras analizadas, lo que confirma que la reforma sigue siendo eje discursivo central. Sin embargo, a diferencia de AMLO, el mapa léxico revela un desplazamiento estilístico: “judicial” aparece vinculado con “propuesta”, “constitucional”, “reforma”, “orden”, mientras que las alusiones directas a “corrupción” o “privilegios” son menos frecuentes. La aparición recurrente de nombres como “Zaldívar” y “Ernestina” como voces autorizadas indica una tentativa de institucionalización del relato, apelando a experticia técnica para enmarcar un proyecto que, en términos sustantivos, sigue siendo profundamente populista.

Este tránsito puede leerse a la luz de las contribuciones de Canovan (1999), para quien el populismo es también un “estilo recurrente” que puede mezclarse con registros institucionales y funcionar como mecanismo de autocorrección de las democracias. Sheinbaum adopta, en buena parte de sus mañaneras, un “populismo pedagógico”: conserva el marco pueblo/élite y la idea de democratizar al Poder Judicial, pero envuelve la confrontación en un lenguaje más jurídico, explicativo y cuidadoso (“supónganse que...”, “lo que dice la Constitución...”). El uso de escenarios hipotéticos y la insistencia en que el Consejo de la Judicatura “hizo lo que dice la Constitución” apuntan a reforzar la imagen de continuidad legal, aun cuando el contenido de la reforma —remoción masiva, elección popular, tómbo-la— se ajusta a lo que la literatura ha caracterizado como erosión de contrapesos y debilitamiento judicial (Aguiar, 2025; Rosete Borzani, 2025).

Los mensajes previos y posteriores a la elección judicial muestran, con mayor nitidez, cómo se combinan estas capas. El video del 31 de mayo enmarca la elección como momento histórico y democrático, donde los nodos “pueblo” y “judicial” se conectan a través de términos como “queremos”, “todos”, “todas”, “cercano”, “honesto”. Aquí opera con claridad la dimensión afectiva de las infraestructuras discursivas: la justicia se presenta como algo que “nace del pueblo y vuelve al pueblo”, fórmula que retoma casi literalmente la ideología delgada descrita por Mudde y Rovira (2013) y el énfasis laclausiano en el pueblo como sujeto universal

producido por el encadenamiento de demandas democráticas (Laclau, 2005). La novedad es que Sheinbaum no construye un marco abiertamente antagonista en este mensaje, sino uno de renovación esperanzada; sin embargo, la idea de que por “primera vez” el pueblo interviene directamente en la integración del Poder Judicial implica una descalificación implícita de la forma representativa previa, coherente con la crítica populista a los intermediarios (Hermet et al., 2001; Durand, 2019).

En el mensaje posterior a la elección, el registro se endurece. El nodo “judicial” aparece acompañado ahora de “realidad”, “ha sido responsable”, “nepotismo”, “liberado miles de millones”, lo que introduce por primera vez en su voz una crítica abierta al Poder Judicial heredado. La “realidad” funciona como estrategia de facticidad: la presidenta no sólo opina, sino que presenta sus juicios como hechos comprobables. El relato de ruptura histórica es aquí plenamente compatible con la noción de populismo como *pharmakon*: el antiguo Poder Judicial es el veneno —corrupto, elitista, responsable de la impunidad—, el nuevo, electo democráticamente, es el remedio que encarna la “justicia real, justa y para todas y todos los mexicanos” (López-Núñez, 2025; Mora-Sifuentes, 2025). En términos del marco teórico, Sheinbaum retoma la dicotomía pueblo/élite, refuerza la reivindicación de una soberanía popular ilimitada y recodifica la reforma no sólo como decisión política, sino como ajuste moral y ético, en línea con la lectura de Mora-Sifuentes (2025) sobre el populismo como “caballo de Troya” del Estado de derecho.

El tercer momento de análisis, centrado en las campañas digitales y el capital político de las y los ministros electos, permite contrastar el peso relativo de la comunicación frente a los recursos estructurales. A primera vista, las estrategias en redes sociales incorporan con claridad el repertorio populista como estilo comunicativo: abundan eslóganes como “La justicia debe nacer del pueblo y volver al pueblo” (Hugo Aguilar), “La justicia es asunto de todas y todos” (Lenia Batres), “Rompamos juntos la burbuja de privilegios del Poder Judicial” (Giovanni Figueroa). Estas frases condensan los elementos identificados en el marco teórico:apelación directa al pueblo, crítica a las élites y promesa de purificación de la justicia (Mudde y Rovira, 2013; Durand, 2019). La adopción del color morado/lila, los hashtags como #MinistraDelPueblo, #MinistroJoven, #YaNosTocaMinistrolndígena y la insistencia en la “transformación” refuerzan la alineación simbólica con el imaginario de la 4T y con una política sentimental dirigida a construir cercanía y representación (Souroujon, 2021; Bueno, 2025).

No obstante, una lectura más fina muestra que, aunque el estilo populista está presente en buena parte de las campañas, éstas parecen tecnificarse y profesionalizarse más que radicalizar el antagonismo. Algunos perfiles —como los de Lenia Batres, Loretta Ortiz y Yasmín Esquivel— desplegaron estrategias multiplataforma con videos verticales, carruseles, infografías y storytelling emocional, pero su énfasis discursivo recae en la justicia social, el acceso universal, la igualdad de género o la transparencia, más que en ataques sistemáticos a enemigos personalizados. Otros, como Giovanni Figueroa y Arístides Guerrero, apostaron por una narrativa generacional y empática, con formatos frescos, pero sin un antagonismo

tan marcado. Ello sugiere una hibridación: el populismo como estilo convive con marcos más tecnocráticos o de derechos humanos, en sintonía con la tipología de Canovan (1999) y con la idea de que el populismo puede mezclarse con repertorios democráticos sin desaparecer.

La evidencia más contundente a favor del supuesto de que la comunicación política tuvo un papel marginal frente al capital político proviene del análisis comparado de trayectorias, apoyos y cercanía partidista. Siguiendo a Alcántara Sáez (2017), el capital político puede entenderse como el conjunto de recursos acumulados a lo largo de la carrera —capital delegado, trayectoria, redes, representatividad simbólica, inserción institucional— que se invierte en la contienda. En este caso, ocho de los nueve perfiles muestran una cercanía directa con Morena o con el obradorismo, varios mantienen lazos estrechos con López Obrador y con Sheinbaum, y una parte significativa ha ocupado cargos estratégicos en la administración pública, órganos de justicia o espacios de derechos humanos. Es decir, llegan a la elección con un capital delegado y medioambiental muy robusto, construido antes y al margen de la campaña digital (Alcántara Sáez, 2017; Joignant, 2012).

El hecho de que existan diferencias marcadas en el nivel de profesionalización comunicativa —campañas muy elaboradas frente a otras de baja frecuencia y diseño precario— pero que, aun así, todas las candidaturas fueran competitivas y resultaran electas, apunta a que el voto no se definió principalmente por el desempeño en redes sociales. En línea con López-Núñez (2025), puede inferirse que la legitimidad de las candidaturas descansó más en el capital político delegado por el Ejecutivo y el partido —así como en la narrativa general de la reforma— que en la persuasión generada por la comunicación de campaña. La matriz populista construida desde el Ejecutivo creó un marco de interpretación en el cual bastaba con que las candidaturas aparecieran alineadas con la “transformación” y con el “pueblo” para ser percibidas como opciones legítimas, aun cuando su comunicación fuera desigual.

En conjunto, los tres momentos analizados sostienen el argumento central del marco teórico: la reforma judicial y la elección de jueces se legitimaron fundamentalmente a través de una narrativa populista que articuló el antagonismo pueblo/élite, resignificó la soberanía popular como principio ilimitado y presentó la elección como acto de purificación moral más que como simple rediseño institucional (Laclau, 2005; Mudde y Rovira, 2013; López-Núñez, 2025). AMLO encarna la versión más confrontativa de esta lógica; Sheinbaum, una variante pedagógica e institucionalizada que, sin embargo, retoma el mismo núcleo ideológico; las campañas judiciales replican sobre todo el estilo comunicativo y los símbolos, mientras el peso decisivo lo aportan las trayectorias y vínculos previos de las y los ministros con la 4T. La narrativa populista, más que la sofisticación de la comunicación electoral, aparece así como el verdadero eje legitimador del nuevo Poder Judicial.

## Conclusiones

Los hallazgos de este estudio confirman el supuesto central: la elección del Poder Judicial en México en 2025 no constituyó un ejercicio efectivo de democratización, sino la consolidación de un modelo en el que el populismo opera como un dispositivo de legitimación política y simbólica. Más que ampliar la participación ciudadana o fortalecer la independencia judicial, el proceso trasladó al terreno electoral una narrativa preconfigurada desde el Ejecutivo, donde la “purificación” del Poder Judicial y la restitución de la “voluntad del pueblo” funcionaron como ejes justificados de un rediseño institucional alineado con la lógica del proyecto político gobernante.

La investigación muestra que, mientras la narrativa populista construida por López Obrador y continuada por Claudia Sheinbaum definió el marco interpretativo del proceso, la comunicación política electoral desempeñó un papel marginal. Las campañas digitales de las y los candidatos, aunque incorporaron símbolos, eslóganes y afectos alineados con la narrativa presidencial, tuvieron una incidencia limitada frente al peso determinante del capital político: cercanía con Morena, trayectoria institucional y apoyos presidenciales.

No obstante, este estudio presenta limitaciones relevantes. En primer lugar, si bien se realizó un análisis sistemático de las campañas digitales, no se incorporaron de manera exhaustiva todos los casos relevantes. Contenidos virales y disruptivos —como el video de Arístides Guerrero en el que se autodefinió como “más preparado que un chicharrón” o la campaña performativa de Dora “La Transformada”— quedaron fuera del corpus analizado, lo que limita la comprensión de cómo ciertos formatos, humorísticos o meméticos, incidieron en la conversación pública y en la construcción simbólica de legitimidad.

Asimismo, el énfasis metodológico en el capital político permitió mostrar la relevancia de los apoyos institucionales y partidistas en los resultados electorales, pero redujo el alcance para examinar con mayor precisión la interacción entre narrativa digital y recepción ciudadana, así como su impacto en distintos segmentos del electorado —particularmente jóvenes, bases partidistas o votantes indecisos. Este vacío abre una línea de investigación sobre cómo la ciudadanía interpreta, resignifica o rechaza los discursos populistas en contextos de baja participación y altos niveles de voto nulo.

En cuanto al análisis del discurso presidencial, el corpus se limitó al último mes de AMLO y el primer mes de Sheinbaum, así como a los mensajes inmediatos previos y posteriores a la elección judicial. Una revisión longitudinal del discurso de Sheinbaum permitiría identificar virajes, continuidades y modulaciones en la narrativa gubernamental más allá del ciclo electoral.

Finalmente, al privilegiar la categoría de narrativa populista como eje teórico, el estudio corre el riesgo de reforzar un marco interpretativo particular. Para evitar sesgos analíticos, será necesario ampliar corpus, comparar con experiencias inter-

nacionales y explorar aproximaciones inductivas que permitan observar fenómenos emergentes que no encajen plenamente en la lógica populista.

En conjunto, los resultados invitan a reflexionar sobre el carácter performativo del populismo en América Latina: un modelo que no solo interpela emocionalmente, sino que reordena instituciones, redefine la legitimidad y desplaza la frontera entre representación democrática y control político. La elección judicial de 2025 ilustra cómo la narrativa puede operar como fuerza estructurante del cambio institucional, y cómo su potencia simbólica puede superar, eclipsar o incluso sustituir los mecanismos tradicionales de la competencia democrática.

## Referencias

- Aguiar, A. (2024). Reforma judicial. *Análisis Plural*, 3(7). <https://doi.org/10.31391/ap.vi7.119>
- Alcántara Sáez, M. (2017). La carrera política y el capital político. *Convergencia*, 24(73), 187-204. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352017000100187](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352017000100187)
- Ansolabehere, K. y Salazar, P. (Coords.). (2024). *Populismo, democracia y poder judicial* (1a edición). Tirant lo Blanch.
- Bueno, G. (2025). El populismo como concepto en América Latina y en Colombia. *Estudios Políticos*, 42, 112-137. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-51672013000100006yscript=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-51672013000100006yscript=sci_arttext)
- Canovan, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47(1), 2-16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>
- Diamanti, I. y Lazar, M. (2019). *Peuplecratie. La métamorphose de nos démocraties*. Gallimard.
- Durand, F. (2019). *La captura corporativa del Estado en América Latina* [Working paper]. Transdes Working Paper Series, (8). Lateinamerika-Institut, Freie Universität Berlin. <https://doi.org/10.17169/refubium-4004>
- Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung. (2025, 20 de febrero). *Resultados de la Encuesta de Opinión Pública sobre el Poder Judicial y su Reforma en México* (2024). Oficina de la fundación en México. <https://www.kas.de/es/web/mexiko/einzeltitel/-/content/resultados-de-la-encuesta-de-opinion-publica-sobre-el-poder-judicial-y-su-reforma-en-mexico-2024/>
- Hermet, G., Prud'homme, J. F. y Loaeza, S. (Comps.). (2001). *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos*. El Colegio de México. [https://muse.jhu.edu/pub/320/oa\\_monograph/book/74774/pdf](https://muse.jhu.edu/pub/320/oa_monograph/book/74774/pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2024*. <https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2024/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2025) Estadísticas a propósito del Día de las Personas Juzgadoras. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2025/EAP\\_PERJUZG.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2025/EAP_PERJUZG.pdf)
- Joignant, A. (2012). Habitus, campo y capital. Elementos para una teoría general del capital político. *Revista Mexicana de Sociología*, 74(4), 587-618. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2012.4.34445>

- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffe C. (2001). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics*. Verso.
- Latinobarómetro. (2024). México. Confianza en instituciones nacionales: Poder judicial. <https://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Landau, D. (2013). Abusive Constitutionalism. *Law Review*, 47(189), 189-260. [https://lawreview.law.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk15026/files/media/documents/47-1\\_Landau.pdf](https://lawreview.law.ucdavis.edu/sites/g/files/dgvnsk15026/files/media/documents/47-1_Landau.pdf)
- López-Núñez, L. (2025). Populismo judicial: un caso de estudio. *Revista de Garantismo y Derechos Humanos*, (17), 178-211. <https://revistagarantismoyddhh.uatx.mx/media/Articulos/numero17/11%20Luis%20L%C3%B3pez%20N%C3%BA%C3%BA%C3%81ez.pdf>
- Moliterno, J. E. y Čuroš, P. (2022). Ataques recientes a la independencia judicial: lo vulgar, lo sistemico y lo insidioso. *Teoría Y Realidad Constitucional*, 50, 117-164. <https://doi.org/10.5944/trc.50.2022.36370>
- Mora-Sifuentes, F. M. (2025). ¿Jueces como protectores del Estado? Sobre populismo, democracia y Estado de derecho en México. *Problema. Anuario de Filosofía y Teoría Del Derecho*, 19(19), e19592. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487937e.2025.19.19592>
- Mudde, C. y Rovira, K. C (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147-174. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Niembro, R. (2013). Una mirada al constitucionalismo popular. *Isonomía*, (38), 191-224. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-02182013000100007yIn-g=esytIn-g=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-02182013000100007yIn-g=esytIn-g=es)
- Ríos Figueiroa, 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>
- Rosete Borzani, A. (2025). La usurpación del Poder Judicial en México ante la elección de personas juzgadoras mediante el voto popular [Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana Puebla]. Repositorio Institucional-Universidad Iberoamericana Puebla. <https://repositorio.iberopuebla.mx/handle/20.500.11777/6290>
- Ostiguy, P., Panizza, F. y Moffitt, B. (2021). *Populism in Global Perspective. A Performative and Discursive Approach*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://www.routledge.com/Populism-in-Global-Perspective-A-Performative-and-Discursive-Approach/Ostiguy-Panizza-Moffitt/p/book/9780367626563>
- Salmorán, G. (2024). Populismo y poder judicial en los tiempos de la Cuarta Transformación. En K. Ansolabehere y P. Salazar (Coords.), *Populismo, Democracia, y Poder Judicial*. Tirant Lo Blanch.
- Scheppelle, K. L. (2018). *Autocratic Legalism*. *University of Chicago Law Review*, 85(2), 545-583. <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclrev/vol85/iss2/2/>
- Souroujon, G. (2021). Las definiciones mínimas de populismo: Problemas y potencialidades. *Revista Pilquen*, 24(2), 1-12. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-3123202100020001yscript=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-3123202100020001yscript=sci_arttext)
- Vitale, E. y Rodríguez Padilla, P. (2024). Las elecciones de los clásicos, cuatro argumentos a propósito de la elección popular de las personas juzgadoras. En K. Ansolabehere, P. Salazar (Coords.), *Populismo, Democracia, y Poder Judicial*. Tirant Lo Blanch.