

Las mañaneras en la transición presidencial AMLO - Claudia Sheinbaum

Presidential Morning Conferences (“Mañaneras”) in the transition from AMLO to Claudia Sheinbaum

Eva Salgado Andrade*

Recibido el 15 de septiembre de 2025

Aceptado el 6 de noviembre de 2025

Resumen

Este artículo analiza la función discursiva y la transformación de las mañaneras, durante la transición entre Andrés Manuel López Obrador y Claudia Sheinbaum en México, entre abril de 2024 y marzo de 2025. El objetivo es examinar cómo las mañaneras configuran estrategias de comunicación política e inciden en la construcción de la opinión pública. El estudio se apoya en un corpus, acotado pero relevante, conformado por los títulos de las conferencias presidenciales, publicados en los canales de YouTube. Con un marco teórico-metodológico que combina semiótica social, etnografía de la comunicación y análisis del discurso, se describen las características discursivas predominantes en los títulos, y se comparan actos de habla y acciones discursivas construidas. Los resultados muestran que, en un contexto marcado por embates persistentes de la oposición, López Obrador asegura la continuidad de su liderazgo. A su vez, pese a desafíos como la anunciada reforma al Poder Judicial, el combate a la violencia y las constantes amenazas de Donald Trump, la nueva presidenta privilegia la soberanía, la modernización, la inclusión y la ampliación de derechos para mujeres y pueblos originarios. Se concluye que las mañaneras funcionan como discursos multimodales que inciden en la agenda pública y la legitimidad gubernamental.

* Doctora en Lingüística Hispánica por la Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora de Tiempo Completo en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Ciudad de México, y Profesora de Asignatura en el Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. ORCID: 0000-0002-2387-7847. Correo: electrónico: esalgado@ciesas.edu.mx

Palabras clave

Mañaneras, discurso político, transición presidencial, AMLO, Claudia Sheinbaum, análisis del discurso.

Abstract

This article examines the discursive transition in the press conferences of Andrés Manuel López Obrador and Claudia Sheinbaum in Mexico between April 2024 and March 2025, with the aim of identifying continuities and transformations in presidential communication as a practice of power and political legitimization. The study seeks to determine which semiotic and discursive features characterize the mañaneras of both presidents during the transition period, and how these features reflect the new administration's adaptation to the communicative model established by its predecessor. Drawing on social semiotics, the ethnography of communication, and discourse analysis, the research is based on a concise, yet significant corpus composed of the titles of presidential conferences published on their official YouTube channels. The article describes the semiotic characteristics of the conferences, the predominant discursive features of the titles, and compares the speech acts and discursive actions identified. The results show that, in a context of persistent opposition, the political movement initiated by López Obrador sustains its continuity under Sheinbaum, who, despite challenges such as judicial reform and violence, emphasizes sovereignty, modernization, inclusion, and the expansion of rights. The mañaneras are confirmed as a fundamental discursive genre in Mexican politics and a central instrument of governmental legitimization.

Keywords

Mañaneras (Presidential Morning Conferences), Political Discourse, Presidential Transition, AMLO, Claudia Sheinbaum, Discourse Analysis.

Introducción

En escenarios caracterizados por la incesante producción y circulación de cantidades masivas de información y opiniones, la comunicación presidencial directa con los medios y las audiencias es un factor fundamental para el ejercicio del poder, la construcción de legitimidad y el respaldo ciudadano. En este contexto, Las Mañaneras, diseñadas y popularizadas por el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), constituyen un valioso acervo para reflexionar sobre estrategias de construcción de la agenda mediática y política, mecanismos de rendición de cuentas, deliberación democrática y formación de ciudadanía. La pregunta general que guió esta investigación es cuál fue la función de Las Mañaneras en el proceso de la transición presidencial de AMLO hacia su sucesora, Claudia Sheinbaum, y por qué y cómo la nueva presidenta retomó y, eventualmente, transformó esta estrategia de comunicación política.

Como punto de partida para estas reflexiones, conviene señalar que Las Mañaneras surgieron y se consolidaron en un entorno mediático que, durante décadas en México, estuvo marcado por la concentración y control de la información difundida a través de la prensa, la televisión y la radio comerciales, generalmente alineadas con los intereses de grupos económicos y políticos —en particular, de los partidos Revolucionario Institucional (PRI) y Acción Nacional (PAN)— que ocuparon la presidencia durante casi ocho décadas. Esta situación propició la escasez de espacios para la deliberación democrática en los medios tradicionales, la proliferación de noticias falsas o tergiversadas, la escasa visibilidad de temas públicos relevantes y, en el contexto de la creciente digitalización, la intervención constante de algoritmos que inciden en la formación de la opinión pública.

De este modo, los medios de comunicación, que optimistamente podrían concebirse como “instrumentos de concientización y emancipación”, en realidad “han prolongado simbólicamente el control de las élites sobre lo público” (Muñiz y Echeverría, 2022, p. 11). Sin embargo, las innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación digital han abierto nuevas formas y canales de interacción entre el gobierno y la ciudadanía, que también funcionan como cajas de resonancia para amplificar, debatir o cuestionar los contenidos difundidos en las conferencias presidenciales diarias.

En este contexto, y pese a la resonancia de Las Mañaneras en los ámbitos político y mediático, la reflexión académica sobre ellas se ha centrado principalmente en la figura de López Obrador como enunciador. Con frecuencia, dichos estudios caracterizan su discurso como polarizante o de odio (Ramírez Plascencia et al., 2022; Muñiz, 2021). Otros autores le atribuyen una dimensión “populista” (empleando a menudo este término de forma ambigua), al señalar que el discurso presidencial tiende a la confrontación y la dicotomía (Romeu, 2022; Natal, 2021) o destacan el papel del discurso populista en la espectacularización mediática (Andrade et al., 2021). Otras investigaciones examinan el impacto de Las Mañaneras en la confianza ciudadana hacia medios e instituciones, además de su función como

espacios de rendición de cuentas y participación social (Díaz Jiménez et al., 2023; Turri Domínguez, 2022). Por su parte, Chihu Amparán (2023), desde la teoría del *framing*, identifica en Las Mañaneras un proceso de ruptura con los viejos marcos de corrupción y el impulso de la Cuarta Transformación.

En este sentido, el estudio busca contribuir al análisis de Las Mañaneras como un fenómeno discursivo que trasciende el estilo personal de López Obrador y se consolida, bajo la presidencia de Claudia Sheinbaum, como una práctica institucional de comunicación política.

Marco teórico: del género discursivo a las acciones de la palabra presidencial

El marco teórico de este análisis se apoya en dos grandes campos. En primer lugar, se concibe a Las Mañaneras como discursos que, desde la llegada de Andrés Manuel López Obrador al poder en diciembre de 2018, materializan un repertorio de prácticas sociales, políticas y mediáticas fundamentales para la construcción de poder, legitimidad y agenda pública en México. Estas conferencias corresponden a lo que Mijaíl Bajtín define como un *género discursivo*: “cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos” (1997, p. 247). Analizarlas implica enfrentar el reto metodológico de construir corpus capaces de dar cuenta, en niveles macro y micro, de la complejidad de estos enunciados y de los fenómenos comunicativos y políticos que han generado.

En el nivel macro, resulta fundamental considerar el contexto de enunciación que rodea a Las Mañaneras, lo cual implica tanto una reflexión sobre su evolución histórica como el análisis de las circunstancias específicas en que se produce cada conferencia. Siguiendo a Watzlawick, Beavin y Jackson (1997, p. 22), “un fenómeno permanece inexplicable en tanto el margen de observación no es suficientemente amplio como para incluir el contexto en el que dicho fenómeno tiene lugar”. Por ello, para comprender la función específica de Las Mañaneras en el marco de la transición presidencial, fue necesario incluir una mirada diacrónica que mostrara cómo López Obrador introdujo este género discursivo en la escena de la comunicación política en México, no solo desde su llegada a la presidencia, sino desde que en el año 2000 ocupó el cargo de jefe de Gobierno del Distrito Federal, actualmente Ciudad de México.

En cuanto a las circunstancias específicas de cada conferencia, conviene recurrir al concepto de etnografía de la comunicación propuesto por Dell Hymes (1972), cuyo modelo SPEAKING permite analizar sistemáticamente los componentes de la situación comunicativa. Este modelo considera el *setting* (circunstancias o escenario de enunciación), *participants* (interlocutores y sus roles), *ends* (propósitos y resultados esperados), *act sequence* (secuencia y forma del mensaje), *key* (tono,

modo o actitud), *instrumentalities* (canales y formas de habla), *norms* (normas de interacción e interpretación) y *genre* (tipo de acto de habla o género discursivo). La aplicación de este enfoque posibilita describir de manera más completa las condiciones comunicativas y los códigos sociales que configuran cada mañana como evento institucional de discurso político.

Asimismo, este análisis se apoya en los planteamientos de la semiótica social (Hodge y Kress, 1995) y en el principio de multiescalaridad propuesto por Hodge (2017), el cual subraya la necesidad de observar, describir e interpretar los fenómenos comunicativos considerando que toda palabra, imagen o elemento semiótico forma parte de procesos y estructuras históricas, políticas y sociales que se articulan y se influyen mutuamente. Desde esta perspectiva, el discurso presidencial no puede observarse de manera aislada, sino como una práctica situada en un entramado semiótico que vincula los niveles micro y macro de la comunicación política.

En la segunda parte, para aproximarse a un nivel micro que permita un análisis cualitativo del discurso de Las Mañaneras, conviene precisar que el término «discurso» se entiende aquí, en su acepción amplia y polisémica, como “el conjunto de modalidades del lenguaje en acción mediante las cuales las personas y los grupos interactúan, valoran, construyen, perciben, representan y preservan su realidad y sus experiencias colectivas, o establecen relaciones de poder” (Salgado Andrade, 2019, p. 14). El análisis se desarrolla en tres niveles interconectados –sintáctico, semántico y pragmático–, que se explican a continuación.

Es importante señalar, siguiendo a André Martinet, que “pertenece a la sintaxis el examen de la manera en que las unidades lingüísticas dotadas de sentido se combinan, en la cadena hablada, para formar enunciados” (Martinet, 1987, p. 20). En el nivel sintáctico, y de acuerdo con lo que plantea Fowler (1991, p. 4), las formas particulares de expresión lingüística en un texto —como la elección de palabras o las opciones sintácticas— no deben considerarse alternativas aleatorias o accidentales. Aunque existan diversas maneras de decir lo mismo, las elecciones finales reflejan preferencias ideológicas, culturales, políticas o identitarias.

Cada decisión gramatical, léxica y sintáctica revela, por tanto, posicionamientos ideológicos y modos específicos de construir la realidad. En el caso de Las Mañaneras, dichas decisiones condensan, en una sola frase u oración, aquello que se considera más relevante entre los múltiples temas abordados durante dos o tres horas de conferencia. Conviene subrayar que, aun cuando los títulos no sean redactados directamente por los presidentes, sino por sus equipos de comunicación, su publicación en los canales oficiales los convierte en parte integral del discurso institucional de cada gobernante. En consecuencia, su análisis resulta fundamental para comprender la construcción de la agenda, los marcos ideológicos y las estrategias discursivas de cada gobierno. Lo esencial no es la autoría individual del título, sino su función comunicativa y su circulación pública como acto discursivo de la persona que detenta la presidencia.

Una operación fundamental en este nivel inicial consistió en examinar la estructura general de los titulares para identificar si estaban redactados como oraciones o como frases. Cabe recordar que la oración es “una unidad gramatical organizada en torno a un verbo conjugado, capaz de transmitir un mensaje completo” (RAE y ASALE, 2009). El verbo, como núcleo de la oración, condensa la acción, la intención y el punto de vista, determinando el encuadre discursivo de la comunicación presidencial. A partir de ello, los enunciadores pueden presentarse como agentes o mediadores, o bien construir relatos centrados en la acción, la reflexión o la identidad. Por ejemplo, el titular “México resistirá inestabilidad de mercados financieros” (AMLO, 05/08/2024) expresa una acción futura; mientras que el siguiente: “Reformas facilitarán investigaciones en casos de desaparición” (CSP, 24/03/2025), plantea una reflexión; y el último: “Jueces obstaculizan discusión sobre reforma al Poder Judicial” (AMLO, 02/09/2024), Califica el proceder de un actor institucional.

Asimismo, las oraciones pueden ser copulativas, es decir, construidas con verbos como ser, estar o parecer, cuya función es vincular el sujeto con un atributo o predicativo, recurso sintáctico mediante el cual se definen identidades, valores o realidades. Por ejemplo: “México es un país libre, independiente y soberano” (CSP, 21/01/2025). Es frecuente, además, que en los titulares el verbo copulativo se elida y sea sustituido por una coma, como en “Programa de Vivienda y Regularización, prioridad en el sexenio” (CSP, 14/10/2024).

En otros casos, se observa la yuxtaposición de oraciones, con el propósito de expresar dos ideas dentro de un mismo título: “Claudia Sheinbaum continuará 4T y tendrá apoyo de la mayoría del pueblo” (AMLO, 07/08/2024). Finalmente, algunos títulos se redactan como frases, entendidas como “cualquier grupo de palabras que carece de verbo en forma personal y, por tanto, no constituye una oración” (RAE y ASALE, 2009). Por ejemplo: “Ejes de la soberanía alimentaria en el segundo piso de la 4T” (CSP, 22/10/2024). Este tipo de construcción centra la atención en conceptos abstractos o valores programáticos —como soberanía, autonomía o continuidad del movimiento— sin aludir explícitamente a un sujeto de enunciación.

Por último, en relación con el análisis sintáctico de los titulares, resulta fundamental considerar el tiempo verbal empleado en las oraciones, ya que este rasgo constituye un recurso clave en la construcción discursiva del poder, pues sitúa al enunciador en relación con la acción, el acontecimiento y la audiencia. Como plantea Benveniste (1971), los tiempos verbales no remiten simplemente a una cronología objetiva, sino a la posición enunciativa del sujeto, que organiza el discurso desde la tríada “yo-aquí-ahora”. Esta relación entre forma verbal y perspectiva enunciativa permite comprender cómo el discurso político articula distintos modos de temporalidad: el presente performativo, que instituye y legitima la acción (“Economía de México está bien y fuerte”, CSP, 23/01/2025); el futuro proyectivo, que anticipa la continuidad o el cumplimiento de promesas (“Continuidad de la 4T con cambio ayudará al país”, AMLO, 12/06/2024); y el pasado conmemorativo, que

refuerza la memoria y la legitimidad histórica del enunciador (“Inversión histórica evitó privatización de CFE y subida de precios”, AMLO, 25/06/2024).

En el nivel semántico, conviene recordar que Ullmann (1978) define la *semántica* como una ciencia orientada a estudiar las relaciones y transformaciones del significado en el lenguaje, es decir, la manera en que las palabras y expresiones codifican la experiencia y la visión del mundo de una comunidad. Desde esta perspectiva, analizar el nivel semántico de los títulos de Las Mañaneras permite reconstruir la red de sentidos con la que el discurso presidencial modela la realidad social y política, en el marco de lo que Ullmann (1978) concibe como una “ciencia del significado”.

Una vía particularmente productiva para examinar cómo operan estas redes de sentido consiste en identificar los temas a partir del léxico específico empleado en cada título. De acuerdo con Denise Slakta (1971), en el discurso político cada unidad léxica se inserta en un campo de asociaciones que revela jerarquías ideológicas o valorativas propias de su contexto. Así, por ejemplo, los titulares referidos a inversiones en puertos, obras carreteras o construcción de trenes pueden agruparse dentro del campo semántico de las obras públicas.

Por su parte, los títulos enunciados por Claudia Sheinbaum en el marco de las tensas relaciones con Donald Trump al inicio de su segundo periodo presidencial –tales como “México es un país libre, independiente y soberano” (21/01/2025), “Con la 4T, el pueblo de México recupera dignidad y fuerza” (22/01/2025) y “México es un gran país, su pueblo tiene fuerza; no habrá sumisión” (05/03/2025)– pueden integrarse en el campo semántico de la soberanía.

Al agrupar de este modo los titulares, el análisis temático no solo posibilita realizar observaciones diacrónicas –para identificar la incorporación o desaparición de tópicos–, sino también comparativas, al poner en relación las preocupaciones y los enfoques predominantes en cada administración presidencial.

En el nivel pragmático, el interés se centra en los efectos que los enunciados producen y en las intenciones comunicativas que los orientan; es decir, en cómo el lenguaje no solo representa, sino que actúa en el mundo social. Desde esta perspectiva, los títulos de Las Mañaneras se abordan como actos de habla institucionales que cumplen funciones políticas específicas. Para este análisis se realizaron dos operaciones: identificar los actos de habla (Searle, 1979) y las acciones discursivas de la política (Salgado Andrade, 2003; 2019). En el primer caso, se siguió la clasificación propuesta por John Searle (1979) que distingue entre actos declarativos, compromisivos, representativos, expresivos y directivos, categorías que permiten observar de qué manera el discurso presidencial combina dimensiones lingüísticas y performativas en la producción de sentido político.

Los declarativos son actos performativos que modifican un estado de cosas dentro de un marco institucional reconocido: “Méjico demanda a Ecuador ante Corte Internacional de Justicia” (AMLO, 11/04/2024). Los compromisivos implican un compromiso futuro –promesa, garantía, obligación–: “Nuevos Programas para el Bienestar se entregarán a inicios de 2025” (CSP, 30/12/2024). Los representativos

afirman, describen o informan sobre el estado del mundo: “Secretaría de Seguridad atiende a candidatos del proceso electoral 2024” (AMLO, 02/04/2024). Los expresivos manifiestan emociones o valoraciones: “La soberanía no se negocia” (CSP, 20/02/2025). Por último, los directivos apelan a que las audiencias realicen una acción: “El fentanilo te mata, campaña de información para prevenir consumo” (CSP, 07/01/2025).

Asimismo, se recurrió al concepto de acciones discursivas de la política, siguiendo lo planteado por Salgado (2003, 2019), quien sostiene que el discurso político desempeña prioritariamente cuatro funciones: autoconstrucción del hablante, construcción de interlocutores, construcción de adversarios y construcción del referente. La autoconstrucción del hablante destaca al enunciador o a la investidura que representa: “Gobierno demostrará que reforma al Poder Judicial es necesaria” (AMLO, 06/09/2024). La construcción de interlocutores busca adhesión o convencimiento: “Miembros de CELAC respaldan a México por acciones ilegales de Ecuador” (AMLO, 17/04/2024); “Es tiempo de unidad y defensa de nuestra soberanía” (CSP, 04/03/2025). La construcción de adversarios delimita oposiciones: “México rechaza injerencia de Estados Unidos en asuntos internos” (AMLO, 24/04/2024). Finalmente, la construcción del referente da preeminencia al contexto o a los principios que validan la convivencia entre gobernantes y gobernados: “Conformación de la Cámara de Diputados en la LXVI Legislatura” (AMLO, 17/07/2024); “México es un país libre, independiente y soberano” (CSP, 21/01/2025).

En conjunto, ambos enfoques (macro y micro) permiten analizar cómo el discurso presidencial articula intenciones semiótico-discursivas y estrategias políticas, de modo que el acto de enunciar se convierte en una forma de acción de gobierno y legitimación pública.

Metodología

Como punto de partida, en el nivel macro se realizó un recorrido sobre la evolución de Las Mañaneras como fenómeno de comunicación política en México, con el propósito de contextualizar su papel en la construcción de poder, legitimidad y agenda pública. Siguiendo el modelo SPEAKING, mencionado en el apartado anterior, se elaboró una descripción comparativa de la puesta en escena de las conferencias durante la campaña y las elecciones de 2024 —al final del periodo de López Obrador y al inicio de la gestión de Claudia Sheinbaum—, con el objetivo de identificar continuidades y rupturas discursivas en ambas coyunturas. La evidencia empírica que sustenta esta reflexión procede del seguimiento cotidiano y sistemático de las conferencias matutinas desde su instauración en diciembre de 2018 hasta la actualidad, con apenas algunas excepciones puntuales derivadas de causas de fuerza mayor.

En el nivel micro, el estudio se centró en la función discursiva de las conferencias a partir de su materialización digital en los canales oficiales de YouTube

de ambos presidentes, donde se resguardan todas las transmisiones. De acuerdo con la consulta realizada en julio de 2025, el canal de López Obrador fue abierto en 2009 —apenas cuatro años después de la creación de la plataforma— y cuenta con más de 4.5 millones de suscriptores y 4 236 videos.¹ Por su parte, el de Claudia Sheinbaum, inaugurado en 2019, contaba con 1.4 millones de suscriptores y 4 700 videos en octubre de 2025. Todos los materiales están disponibles para consulta pública.

Tras diversas exploraciones de este acervo, se decidió focalizar el análisis en los títulos que acompañan las conferencias en los canales oficiales. Estos textos breves, aunque secundarios frente al discurso oral, condensan de manera significativa las prioridades temáticas, las estrategias comunicativas y los posicionamientos ideológicos de cada presidencia. Como señala Michael Halliday (1982, p. 185), “hay muchas cosas que descubrir en los textos breves [...], en encuentros casuales y en todo tipo de microoperaciones verbales”.

El corpus de titulares abarca el periodo comprendido entre el 1 de abril de 2024 y el 31 de marzo de 2025, que incluye los seis últimos meses del gobierno de López Obrador y los seis primeros de Sheinbaum. Este lapso resulta especialmente relevante, ya que documenta el proceso de transferencia del capital político acumulado por AMLO y depositado en su sucesora a partir del 1 de octubre de 2024, fecha en la que el propio mandatario anunció y cumplió su retiro total de la vida pública.

En total, se recopilaron 105 títulos de conferencias de AMLO (2 de abril–30 de septiembre de 2024) y 121 títulos de CSP (2 de octubre de 2024–31 de marzo de 2025). La diferencia en la cantidad de registros se debe a que, durante la campaña electoral, el Instituto Nacional Electoral ordenó retirar varias conferencias de AMLO de las plataformas digitales. Los títulos fueron clasificados y codificados en una base de datos en Excel, lo que permitió sistematizar los hallazgos y realizar comparaciones entre ambos periodos presidenciales.

De acuerdo con lo expuesto en el marco teórico, se efectuaron las siguientes operaciones analíticas: clasificación sintáctica de la estructura de los titulares, identificación de tiempos verbales, construcción de campos temáticos, e identificación de actos de habla y de acciones discursivas. Como se mostrará en el apartado siguiente, la interpretación de este conjunto de datos arrojó resultados especialmente relevantes sobre la manera en que Las Mañaneras se consolidaron como una estrategia discursiva clave durante la transición presidencial.

¹ Desde que concluyó su presidencia, López Obrador ya no publica nuevos contenidos, aunque su canal sigue disponible al público.

Resultados en el nivel macro: la puesta en escena

Los resultados que se presentan a continuación derivan del análisis en su nivel macro, orientado a reconstruir, desde una perspectiva diacrónica, la evolución y las transformaciones de Las Mañaneras como práctica comunicativa y dispositivo de poder. Esta mirada histórica no busca ofrecer un contexto previo, sino mostrar cómo los cambios en la forma, la frecuencia, la puesta en escena y la conducción de las conferencias constituyen evidencia empírica de las estrategias discursivas que definieron la transición presidencial entre López Obrador y Sheinbaum.

Las Mañaneras surgieron en diciembre de 2018 como una iniciativa del entonces presidente Andrés Manuel López Obrador (2018-2024). No era esta la primera vez que el mandatario desplegaba una iniciativa semejante: durante su gestión como jefe de gobierno del entonces Distrito Federal (2000-2005) innovó las formas de comunicación política al ofrecer diariamente conferencias de prensa a las seis de la mañana, una hora insólita para dicha actividad. Sus “mañaneras”, como las comenzó a bautizar la audiencia, fueron ganando un lugar importante en la opinión pública.

Desde su creación, las conferencias presidenciales han tenido lugar en el Palacio Nacional de la Ciudad de México —sede y residencia del Ejecutivo—. Fueron concebidas como “un diálogo circular con representantes de los medios de comunicación” (López Obrador, s.f.). A lo largo de su sexenio, estas sesiones adquirieron paulatinamente un papel central en la esfera pública, funcionando como espacios de interacción cotidiana con los medios, la ciudadanía y distintos actores políticos y económicos, dentro y fuera del país.

En el contexto de la campaña electoral de 2024, Las Mañaneras fueron clave para la transición presidencial, pues permitieron que, durante el último tramo de su gobierno, López Obrador dispusiera de un foro para informar sobre la conclusión de varias obras, diera a conocer sus iniciativas para diversas reformas constitucionales, sobre todo la reforma al Poder Judicial o alentara a la población para salir a votar. De hecho, entre marzo y abril, el Instituto Nacional Electoral ordenó retirar de plataformas públicas varias conferencias de AMLO al considerar que violaban el principio de equidad en la contienda.

Al concluir su sexenio, de acuerdo con diversas encuestas, el índice de aceptación de AMLO era de 77 %, uno de los niveles más altos para un presidente en México. Estos resultados se refrendaron con las elecciones del 2 de junio de 2024, donde Claudia Sheinbaum Pardo, primera mujer en acceder al cargo, obtuvo el 59.7 % de votos, muy por arriba de sus otros dos contendientes: Xóchitl Gálvez Ruiz, con 27.45 % y Jorge Álvarez Mázquez con el 10.32 %. Cabe señalar que los ejes principales de la campaña de Claudia Sheinbaum fueron: construir “el segundo piso de la Cuarta Transformación” y “Es tiempo de mujeres”.

Luego de conocerse el triunfo, a partir del 12 de junio y hasta el mes de agosto de 2024, la candidata electa y López Obrador emprendieron giras por los estados de la República mexicana, aprovechando la ocasión para anunciar en Las Mañaneras

los principales resultados y compromisos relacionados con cada entidad. Este mecanismo de transmisión de poderes entre un gobierno saliente y otro entrante fue algo inédito en el país y era una prueba evidente de la continuidad entre el proyecto político de ambos presidentes. En este contexto, una de las interrogantes fue si Sheinbaum mantendría las conferencias matutinas, sin duda la principal estrategia de comunicación política.

En julio de 2024, para dar legitimidad a la eventual decisión sobre mantener o no las conferencias, Sheinbaum y su partido, Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), realizaron una encuesta, cuyos resultados —dados a conocer en agosto— indicaron que la mayoría de encuestados quería que este canal de comunicación se mantuviera: el 33.1 % mostró su preferencia porque se realizaran diariamente; el 25.9 % propuso dos veces por semana y el 28.2 % una vez por semana. Así pues, se mantuvo la estrategia, pero con ajustes significativos. Su nombre oficial dejó de ser “Conferencia de prensa” para transformarse en “Mañaneras del Pueblo”, cambio significativo que daba carácter oficial al apelativo cotidiano de “mañaneras”, y modificaba a sus destinatarios explícitos: el pueblo, en lugar de la prensa. De hecho, en la descripción que se ofrece de las conferencias en la plataforma de YouTube de la presidenta, se advierte esta clara redefinición de destinatarios: “De lunes a viernes a las 7:30 am *presentamos al pueblo de México las acciones del gobierno federal*; mantenemos el diálogo circular con medios de comunicación.” (Sheinbaum, s. f.).

Otro cambio relevante ha sido el horario, que se modificó de las 7:00 a las 7:30 a.m., lo cual permite un inicio más puntual y respetuoso a las agendas de los diversos canales y plataformas que se encadenan a la transmisión. De igual manera, y con un propósito similar, se estableció una hora de término (9:00 a.m.), aunque con el transcurso de los meses las conferencias se han llegado a prolongar hasta por media hora.

El escenario conservó símbolos centrales, como la bandera nacional, el atril con el escudo y la pantalla para presentaciones audiovisuales, pero se renovó la paleta cromática: las mamparas verdes o rojas de la administración anterior fueron reemplazadas por una blanca, decorada con motivos artesanales florales y geométricos, además del logotipo del nuevo gobierno (una joven indígena sosteniendo la bandera). Estos elementos imprimen una atmósfera más serena y visibilizan a mujeres y pueblos originarios. El interés por estos grupos se reforzó aún más al declarar 2025 como “Año de la Mujer Indígena”, leyenda que aparece en la mampara, al pie del rostro de cuatro mujeres indígenas representantes de distintas etnias. Cabe señalar, sin embargo, que el nombre que figura en la mampara no corresponde al anunciado como oficial (“Mañanera del Pueblo”), sino que presenta la denominación “Conferencia del Pueblo”, una fórmula híbrida entre las “Conferencias de prensa” de AMLO y la “Mañanera del Pueblo” de Claudia Sheinbaum (véase Figura 1).

Figura 1. El rediseño del escenario de Las Mañaneras AMLO-Sheinbaum



El estilo de conducción también ha cambiado. AMLO tenía a ejercer una autoridad carismática (Weber, 1992), con respuestas extensas y centralización de la palabra. Sheinbaum ha adoptado un enfoque más colaborativo, cediendo el micrófono a colaboradores, lo que aporta mayor horizontalidad y eficiencia a la interacción. Adicionalmente, la organización de las conferencias se ha perfeccionado mediante la elaboración de lineamientos de la Coordinación General de Comunicación Social (Gobierno de México, 2025), que regulan el ingreso de periodistas, la frecuencia de asistencia, los sorteos para definir posiciones en la sala y límites claros en la formulación de preguntas (tres temas, intervenciones de hasta cinco minutos). Estas normas han permitido ampliar la participación de periodistas.

Para tener una evidencia de lo anterior, se revisaron las transcripciones de las conferencias pronunciadas durante las últimas dos semanas de marzo de 2025, lapso en el cual se detectó un total de 58 intervenciones de periodistas, provenientes de medios tradicionales y alternativos, cada uno formulando un promedio de cinco preguntas a la presidenta, cuyas respuestas suelen ser ágiles y centradas en el tema preguntado. Estos datos contrastan con la dinámica conversacional observada con AMLO, quien solía elaborar respuestas muy largas, con amplias referencias al contexto relacionado con los temas abordados, lo cual derivaba,

con frecuencia, que en ocasiones participaran no más de dos a tres periodistas, y que las conferencias se prolongaran hasta por más de tres horas.²

Las secciones fijas de las conferencias de Claudia Sheinbaum también han sido reconfiguradas para reforzar la memoria histórica, visibilizar a las mujeres o presentar desmentidos noticiosos en formatos más ágiles y participativos. Destaca la sección “Detector de mentiras”, apoyada en una cápsula multimodal, cuyos contenidos alientan la participación ciudadana para la detección y denuncia de información falsa, que contrasta con el polémico formato seguido en las conferencias de AMLO, donde las noticias eran leídas y editorializadas en vivo por la directora de Redes de la Coordinación General de Comunicación Social y Vicerrectoría de la Presidencia.

Al igual que con AMLO, la difusión de Las Mañaneras sigue teniendo lugar en medios tradicionales y emergentes. Radio y televisoras públicas, portales digitales y redes sociodigitales las transmiten completas o fragmentadas. Además, la página oficial de la Presidencia ofrece acceso a las grabaciones, resúmenes y versiones estenográficas o diseña estrategias para su difusión, tales como las cápsulas “Mañanera en breve”, publicada en Instagram, en la cuenta @gobmexico.

En conjunto, las transformaciones observadas en la organización, el estilo y la escenografía de Las Mañaneras durante la transición presidencial revelan tanto la continuidad del modelo comunicativo instaurado por López Obrador como su institucionalización bajo la gestión de Sheinbaum. La adopción de una conducción más colaborativa, la introducción de lineamientos formales para la participación de la prensa y la renovación simbólica del espacio escénico muestran un esfuerzo por dotar de orden, legitimidad y apertura a un formato que, sin abandonar su carácter performativo, se consolida como práctica estable del ejercicio gubernamental. Estas modificaciones confirman que Las Mañaneras han dejado de ser una estrategia personal de comunicación política para convertirse en un dispositivo institucional de gobierno, cuya función central es mantener el contacto cotidiano con la ciudadanía y contribuir a la definición de la agenda pública en un entorno mediático mayoritariamente adverso o distante del discurso oficial. Este proceso de institucionalización del formato constituye, por tanto, el marco contextual que permite comprender las variaciones discursivas analizadas en el nivel micro, referidas a los títulos y a sus estrategias de significación, cuyo examen se desarrolla en el apartado siguiente.

² El 30 de octubre de 2023 hubo una conferencia de 3 horas y 35 minutos de duración.

Resultados en el nivel micro: análisis de los títulos de las conferencias

En primer lugar, en el nivel sintáctico, se identificó si los títulos se redactaban como oraciones o como frases. Este procedimiento, aparentemente simple, arroja información importante, pues las oraciones comprenden mensajes más dinámicos o informativos, al aludir a acciones o cambios, así como distinguir quién hace qué. En cambio, las frases son más neutras o resumidas, al enfocarse más en la atención de temas, acciones, decretos, sin destacar actores. El corpus presentó gran similitud en la estructura de los títulos entre las conferencias de AMLO y de Claudia Sheinbaum: más de dos terceras partes son oraciones, y menos de la tercera parte son frases (ver Tabla 1).

Tabla 1. Redacción de títulos de conferencias: comparación entre frases y oraciones

	AMLO (seis últimos meses)	CSP (seis primeros meses)
Frases	32 (30.48 %)	38 (31.41 %)
Oraciones	73 (69.52 %)	83 (68.59 %)
Total	105 (100 %)	121 (100 %)

Como se mencionó previamente, los títulos construidos como oraciones completas dan un efecto de mayor dinamismo o agencia, tanto de las personas como de las instituciones o las acciones. Por ejemplo “Reforma al Poder Judicial aumentará confianza de inversionistas” (AMLO, 11/06/2024) o “Reforma judicial erradica nepotismo, corrupción y privilegios” (CSP, 05/11/2024). Por otra parte, los títulos construidos como frases nominales implican mayor ambigüedad o amplitud temática, lo cual permite englobar temas complejos o incluir varios aspectos en un mismo título. Estos títulos son útiles para clasificar, identificar o resumir ejes de política pública sin comprometerse con acciones puntuales. Por último, al no enunciar acciones directas, tienen una menor fuerza ilocutiva³ aunque facilitan la agenda y el posicionamiento temático; por ejemplo: “Tecnología, información y colaboración en Estrategia de Seguridad.” (CSP, 12/11/2024). La alternancia entre los títulos redactados como oración o como frase nominal en ambos presidentes parece responder a estrategias comunicativas distintas: enfatizar la acción o consolidar la agenda temática.

Otra diferencia interesante se obtuvo al identificar si los verbos eran copulativos o predicativos. En los titulares de AMLO se identificó un mayor registro de oraciones con verbo predicativo, sobre todo para enfatizar resultados: “Gobierno

³ Es decir, los actos que *hacen* algo al *dicir* algo (Austin, 1998, p. 166).

federal procura seguridad y respeto en proceso electoral 2024" (AMLO, 04/04/2024). Lo mismo se advierte para dar cuenta de acciones futuras o logros.

En los títulos de las conferencias de Sheinbaum se identificaron 16 oraciones con verbo copulativo elidido, es decir, reemplazado por una coma, rasgo no identificado en titulares de AMLO. Por ejemplo: "Programa de Vivienda y Regularización, prioridad en el sexenio" (CSP, 14/10/2024). Estos títulos adoptan una estrategia comunicativa basada en la concisión y el estilo telegráfico, muy común en la redacción de encabezados periodísticos, donde funcionan como etiquetas temáticas que asocian ideas o resaltan logros, facilitando su circulación en medios digitales. Esta construcción ofrece aparente neutralidad, destacando prioridades de gobierno y difuminando la responsabilidad de los actores a cargo de su realización.

La identificación del tiempo verbal también mostró resultados relevantes (ver Tabla 2). El presente es el tiempo verbal más frecuente en los títulos de las conferencias de ambos presidentes, lo cual parece lógico si se toma en cuenta que cada mañana es un reporte constante del estado que guardan distintos aspectos públicos. El segundo tiempo más empleado por ambos es el futuro.

Es interesante señalar que, en el caso de las conferencias de AMLO, los títulos con verbos en futuro son todos posteriores a las elecciones de junio de 2024. Al revisarlos se hace evidente una fuerte insistencia en la continuidad de la 4T, garantizada por el triunfo de la candidata de su movimiento. Destaca que uno de los sujetos gramaticales que aparece de forma recurrente en los verbos conjugados en futuro es la "Reforma al Poder Judicial", presentada como un elemento positivo tanto para la inversión extranjera como para la democracia. Con AMLO, el discurso parece orientado a garantizar (a mercados, inversionistas u opinión pública) que la reforma judicial no propiciaría crisis económicas: "México resistirá inestabilidad de mercados financieros" (AMLO, 5/08/2024); "México resistirá panorama económico mundial adverso por finanzas sanas" (AMLO, 6/08/2024). "Reforma al Poder Judicial no ahuyentará inversión extranjera" (AMLO, 9/09/2024).

Tabla 2. Tiempos verbales en los títulos de conferencias

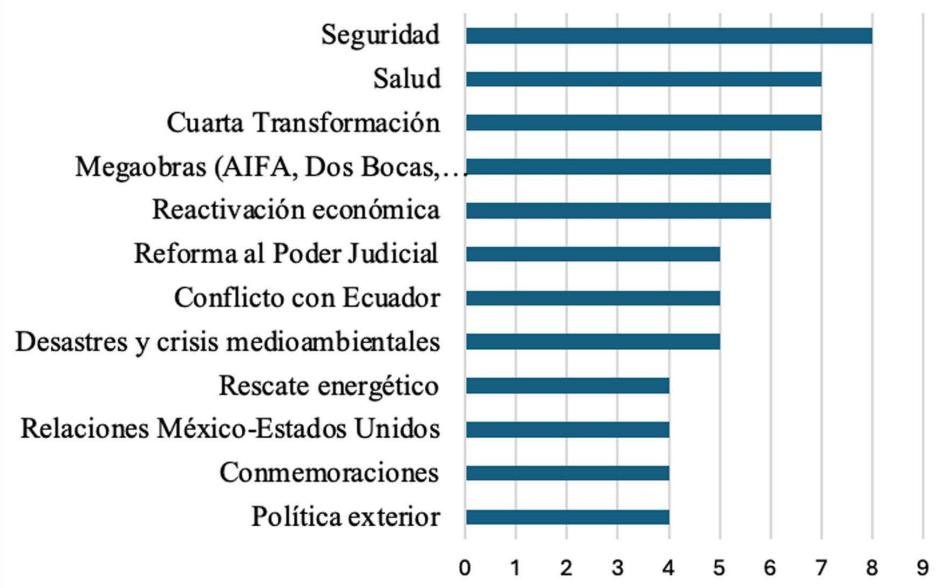
Tiempo verbal	AMLO (seis últimos meses)	CSP (seis primeros meses)
Pasado	6 (3.43 %)	0
Antepresente	0	1 (1.22 %)
Presente	51 (68 %)	64 (78.04 %)
Futuro	17 (22.66 %)	16 (19.51 %)
O. yuxtapuesta: presente y futuro	1 (1.33 %)	1 (1.22 %)
Total	75	82

Por último, resulta significativo que en los titulares de Sheinbaum no se registren verbos copulativos ni predicativos conjugados en pasado, lo que puede interpretarse como un rasgo coherente con el retiro discursivo y político de López Obrador, quien expresó reiteradamente su voluntad de desaparecer de la escena pública.

Campos temáticos

En el caso de AMLO (ver Gráfica 1) el tema más frecuente fue “Seguridad”, precisamente uno de los mayores reclamos que se le hizo a su gestión, al no haber dado los resultados esperados para abatir la violencia que, desde hace ya casi dos décadas, se ha adueñado de diversas zonas del país, sobre todo a partir del sexenio de Felipe Calderón y su fallida estrategia de combate al narcotráfico. “Salud” fue el segundo tema más abordado, y es precisamente otro de los asuntos donde no se pudieron obtener los resultados esperados, sobre todo como consecuencia de la pandemia por Covid-19, que obligó a frenar o modificar lo planeado en materia de salud para atender la emergencia sanitaria. El tercer tema fue “Cuarta Transformación”, cuya continuidad fue una de las promesas de campaña de Claudia Sheinbaum. En los siguientes lugares se identificaron “Megaobras”, para dar cuenta de la conclusión de obras realizadas en su sexenio; “Reactivación económica”, para

Gráfica 1. Temas más frecuentes en conferencias de AMLO

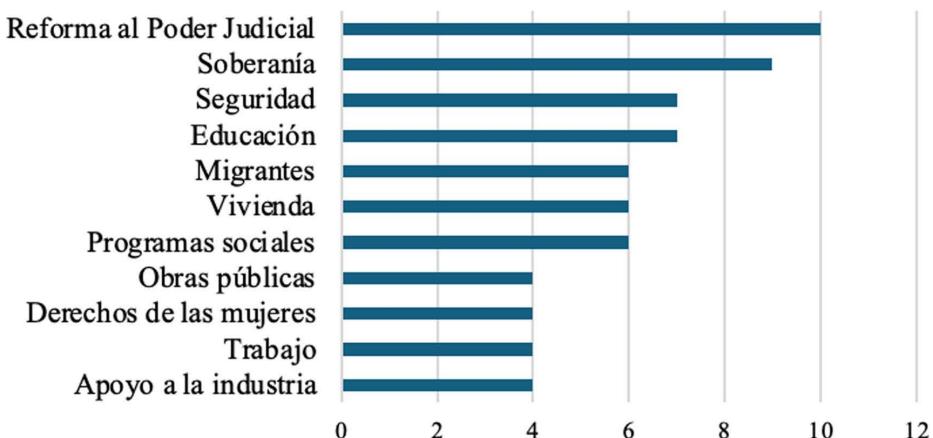


dar tranquilidad a los mercados financieros, y “Reforma al Poder Judicial”, tema que como veremos fue prioritario para Claudia Sheinbaum.

En los seis últimos meses también hubo varias menciones al conflicto diplomático suscitado por la ilegal toma de la embajada de México en Ecuador en abril de 2024, y la atención a desastres y crisis medioambientales. Otros campos temáticos abordados fueron “Rescate energético”, “Relaciones México-Estados Unidos”, “Conmemoraciones” y “Política exterior”.

En el caso de Claudia Sheinbaum (ver Gráfica 2), el tema más frecuente fue “Reforma al Poder Judicial”, cuyo abordaje mostró diferencias interesantes respecto a AMLO, quien, al mencionarla, garantizaba la tranquilidad financiera: “Reforma al Poder Judicial aumentará confianza de inversionistas” (AMLO, 11/06/2024). En cambio, la presidenta se enfocó más en sus beneficios políticos: “Reforma Judicial erradica nepotismo, corrupción y privilegios” (CSP, 05/11/2024) o “Reforma judicial respeta la ley y el mandato del pueblo” (CSP, 21/10/2024). Podemos ver cómo AMLO comunica la reforma al Poder Judicial desde un marco de *tranquilidad económica y garantía de estabilidad*. En contraste, Claudia Sheinbaum la enmarca como *justicia social y cumplimiento del mandato popular*, presentándola como una acción necesaria para eliminar vicios históricos y fortalecer el Estado de derecho.

Gráfica 1. Temas más frecuentes en conferencias de CSP



El segundo tema más frecuente en los títulos de Claudia Sheinbaum fue “Soberanía”, lo cual se explica por la necesidad de dar respuesta a las constantes amenazas intervencionistas de Donald Trump desde que inició su segundo periodo como presidente de Estados Unidos. El tercer lugar lo ocupa “Seguridad”, asunto que ha

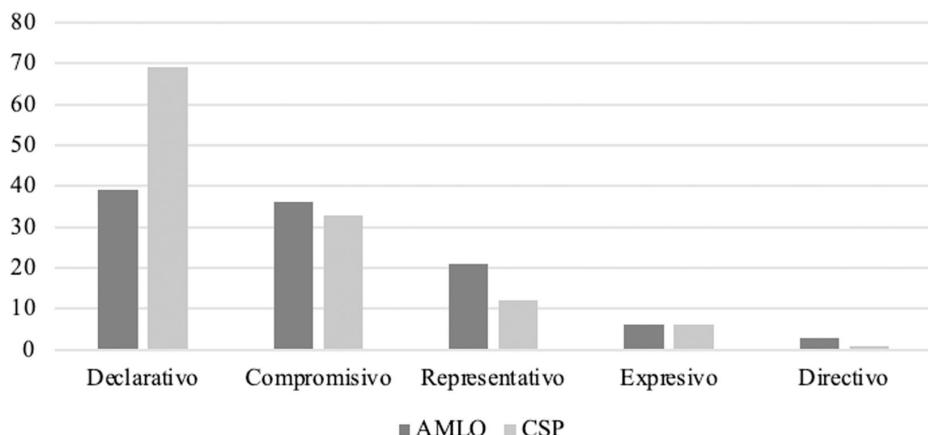
ocupado su atención desde que llegó al poder, al poner en marcha una estrategia diferente a la de AMLO para atender esta problemática. También en tercer lugar se encuentra el tema de “Educación”, donde ha hecho mención a problemáticas que atañen a diversos niveles educativos, desde primera infancia hasta educación universitaria. El tema de “Migrantes”, exacerbado con los constantes ataques de Trump para expulsar violentamente a los trabajadores indocumentados, registra la misma frecuencia que “Vivienda”, para dar a conocer su proyecto de construcción de vivienda social, o “Programas sociales”, retomando y ampliando los que instauró AMLO. Por último, otros temas que han sido recurrentes en los títulos son “Obras públicas”, “Derechos de las mujeres”, “Trabajo” y “Apoyo a la industria”.

Actos de habla

Siguiendo la clasificación propuesta por Searle (1979), los titulares se clasificaron como declarativos, compromisivos, representativos, expresivos y directivos (ver Gráfica 3). En ambos presidentes los actos declarativos son los más frecuentes. En el caso de AMLO, los actos declarativos permiten anunciar la creación de decretos, cambios institucionales, instauración de políticas o hechos históricos. Por ejemplo “Firma del Decreto de creación del Fondo de Pensiones para el Bienestar.” (AMLO; 01/05/2024). En cuanto a Sheinbaum, suelen marcar el inicio de nuevas políticas, la institucionalización de derechos o el reconocimiento formal de sectores: “Decreto que protege industria textil mexicana.” (CSP, 19/12/2024). En resumen, ambos recurren a estos actos para institucionalizar cambios y mostrar capacidad ejecutiva, si bien Claudia Sheinbaum tiende a enfatizar derechos y equidad. Hay que considerar que la mayor frecuencia de actos declarativos con CSP se relaciona con la continuidad entre ambas gestiones, de tal suerte que le ha correspondido a la presidenta anunciar la conclusión de diversas obras (por ejemplo, el Tren Maya) o la puesta en marcha de distintas reformas judiciales, destacando la reforma al Poder judicial.

En relación con los actos compromisivos, se les identificó en títulos que prometen acciones, resultados o beneficios. Por ejemplo: “Gobierno de la 4T cumplirá compromiso de rescatar y transformar ISSSTE.” (AMLO, 19/06/2024), o “Programas para el Bienestar como derechos beneficiarán al pueblo” (CSP, 28/10/2024). Los presidentes se obligan públicamente a un curso de acción o resultado. Estos actos ocuparon el segundo lugar. A AMLO le permiten expresar promesas de cumplimiento y protección, proyectar resistencia ante desafíos o garantizar la continuidad: “Decreto que incorpora igualdad sustantiva en nuestra Constitución” (AMLO, 19/06/2024). Sheinbaum también expresa promesas tales como extensión de derechos, cobertura de programas, universalización de beneficios: “Programas para el Bienestar como derechos beneficiarán al pueblo.” (CSP, 28/10/2024). Ambos asumen compromisos públicos, aunque AMLO tiende a prometer estabilidad y cumplimiento, en tanto que Sheinbaum promete expansión de derechos y modernización.

Gráfica 3. Actos de habla en títulos de conferencias



Los actos representativos en las conferencias describían logros, hechos, datos o diagnósticos de la realidad nacional. Ejemplos: “México es uno de los países más felices en el mundo” (AMLO, 3/04/2024); “México alcanza máximo histórico de 22.6 millones de empleos.” (CSP, 06/12/2024). Claudia Sheinbaum resalta cifras de avance, presenta diagnósticos positivos, alude a la reducción de problemas: “En 100 días de gobierno continúa la disminución de delitos” (CSP, 09/01/2025). Para ambos, los actos representativos permiten presentar resultados y diagnósticos para legitimar su gestión, si bien AMLO enfatiza más la resistencia frente a los desafíos, en tanto que Sheinbaum prioriza el progreso social.

Los actos expresivos fueron identificados en las menciones a celebraciones, felicitaciones o conmemoraciones. Por ejemplo: “Último Grito de Independencia será excepcional” (AMLO, 13/09/2024); “Día del Amor y la Amistad, dedicado a migrantes mexicanos” (CSP, 14/02/2025). En el corpus estos títulos parecían dirigidos a manifestar o despertar emociones colectivas, o reforzar la dimensión afectiva de la política.

Los actos directivos fueron poco frecuentes en los títulos, que no son imperativos, aunque sí se formularon como convocatorias o llamados a la acción colectiva. Por ejemplo: “Llamado a los más ricos del país a opinar de reforma al Poder Judicial” (AMLO, 20/08/2024); “Pueblos originarios decidirán en asambleas destino de presupuesto” (CSP, 21/03/2025).

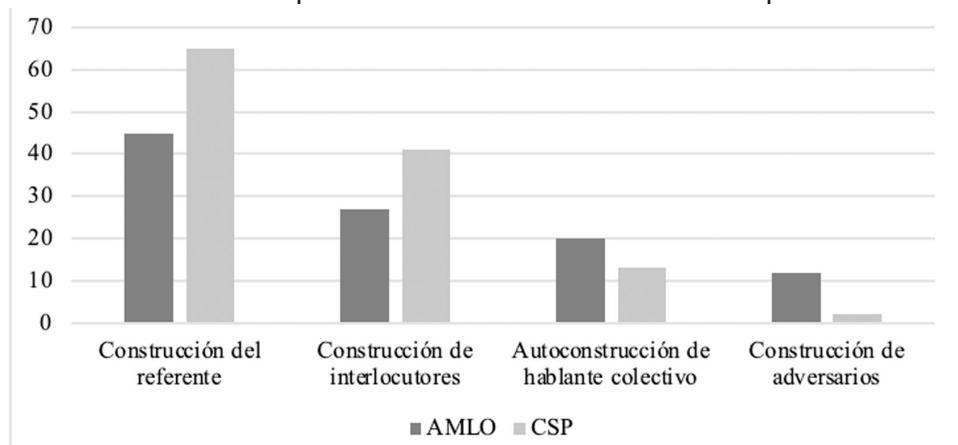
Acciones discursivas

En cuanto a la identificación de acciones discursivas, se observó afinidad en los dos conjuntos, puesto que en ambos predominó la construcción del referente, seguida de construcción de interlocutores, autoconstrucción de hablante y, por

último, construcción de adversarios (ver Gráfica 4). No obstante, hay diferencias interesantes que conviene referir.

Con AMLO, la autoconstrucción de hablante refuerza la imagen de la institucionalidad: “Gobierno de la 4T cumplirá compromiso...” (AMLO, 19/06/2024), En general los títulos construyen a AMLO o, más bien, a su gobierno como una entidad que cumple, resiste, protege y legitima. La voz presidencial, aunque a veces despersonalizada (“Gobierno”, “4T”), está en el centro de la acción, mostrando autoridad y control. En Claudia Sheinbaum hay menos autoconstrucción de hablante y, cuando así ocurre, se construye de una manera más colaborativa e inclusiva, con una menor centralización en el ejercicio del poder y más asociada con la modernización, la apertura y la pluralidad. Por ejemplo “Agencia de Transformación Digital simplificará vida de mexicanos” (CSP, 14/11/2024).

Gráfica 4. Comparación de acciones discursivas de la política



Hubo hallazgos interesantes en la construcción de interlocutores. En el caso de AMLO su interlocutor principal es “el pueblo”, entendido como sujeto colectivo, y construido más como destinatario de beneficios que como sujeto participante. “Pueblo podrá recibir atención médica en cualquier institución de salud” (AMLO, 02/07/2024). Otros interlocutores identificados son la prensa y diversos actores de poder, como los inversionistas.

En los títulos de conferencias de Claudia Sheinbaum, parece haber una redefinición del “pueblo”, pues es explícitamente convocado y se visibiliza a sectores antes menos nombrados, tales como “mujeres”, “jóvenes”, “pueblos originarios” o “trabajadores de plataformas”. Se advierte un mayor esfuerzo por incluir actores diversos y fomentar la participación ciudadana, lo cual se refleja en los títulos

y en el diseño del evento (*Mañaneras del Pueblo*), o bien en las convocatorias constantes a la audiencia para suministrar información en la sección del “Detector de mentiras”.

En cuanto a construcción de adversarios, en el caso de AMLO son implícitos y a veces explícitos: “el pasado neoliberal”, “la corrupción”, “los opositores políticos”, “las amenazas externas”. Varios títulos apuntalan la idea de que hay fuerzas que quieren impedir el cambio o amenazan la estabilidad, pero el gobierno es capaz de enfrentarlas y superarlas. En cuanto a Claudia Sheinbaum, los adversarios aparecen de forma menos frontal o personalizada; los problemas o las adversidades son estructurales, por ejemplo, la corrupción, el nepotismo, la desigualdad o la inseguridad, pero se les aborda desde la institucionalidad, la legalidad y la ampliación de derechos. En suma, se privilegia más el consenso, la inclusión y la legalidad como formas de superar los obstáculos.

Por último, el referente más invocado en el caso de AMLO es México, como una nación en transformación y en proceso de cerrar un ciclo histórico; las “obras”, los “compromisos cumplidos”, la “reforma judicial” o la “4T” son núcleos recurrentes que resumen el proyecto nacional. En los títulos de Claudia Sheinbaum, México aparece como una nación plural, en expansión, con oportunidades e inclusión. Asimismo, hay una diversificación de referentes, y el país es construido como una comunidad de derechos, innovación tecnológica, justicia de género, reconocimiento a pueblos originarios y gestión eficiente.

En síntesis, los resultados evidencian tanto la continuidad institucional como las innovaciones discursivas que marcaron la transición entre López Obrador y Sheinbaum: de un liderazgo carismático y confrontativo a un estilo más institucional, colaborativo e inclusivo. Estas diferencias se manifiestan no solo en la puesta en escena y en la interacción con los medios, sino también en la manera de titular y encuadrar los mensajes.

Conclusiones

Las conferencias matutinas presidenciales han evolucionado en México hasta convertirse en un género político de gran relevancia, central para la construcción de legitimidad, control de agenda y puesta en escena del poder. Sus rasgos discursivos, sus dinámicas de interacción con periodistas, medios y públicos digitales, la resonancia e impacto en múltiples escenarios y audiencias las ubican como un acervo discursivo con un gran potencial analítico.

Esta investigación comprobó la importancia que el discurso de Las Mañaneras tuvo en el proceso de relevo de poderes entre ambos presidentes, para lo cual se pudo advertir cómo le permitieron a AMLO apuntalar en los últimos meses su proyecto político, gestionar la transición y transferir a Claudia Sheinbaum el caudal político acumulado no solo en sus seis años de gestión presidencial, sino a lo largo de más de cinco décadas de constante actividad política. Esta transfe-

rencia de poderes resultó más necesaria a la luz de la reiterada promesa de que, al término de su periodo, AMLO se retiraría de la vida pública, misma que hasta la fecha ha sido cumplida.

Al revisar Las Mañaneras, sus características hacia el final del gobierno de AMLO y el rediseño y perfeccionamiento de que fueron objeto con la llegada de Claudia Sheinbaum, se hace evidente que se han convertido en un discurso multimodal donde convergen palabras, imágenes, escenografías y recursos digitales. La dimensión semiótica —colores, símbolos, disposición espacial, logotipos— resultó fundamental para la producción y circulación de sentidos, legitimando el poder presidencial y visibilizando nuevos valores sociales, como la diversidad y la inclusión, especialmente en la transición presidencial, singular por varios aspectos: el retiro de un líder político muy popular y la llegada de la primera presidenta.

La exploración de los títulos de Las Mañaneras mostró que no se trata de elementos neutros, sino que se trata de discursos que moldean y son moldeados por la agenda pública, legitiman la acción de gobierno y construyen representaciones sociales e ideológicas. La alternancia entre frases nominales y oraciones, así como la elección de actos de habla (sobre todo declarativos, compromisivos o representativos), o las diferencias en la construcción de interlocutores, son clave para entender el posicionamiento del gobierno y su relación con la ciudadanía y los medios.

Por último, conviene subrayar el aporte de esta investigación al mostrar el potencial de estrategias cualitativas aplicadas a un acervo que, en buena medida, ha sido poco explorado o incluso desatendido. Aunque se trata de un corpus limitado, ofrece información condensada y altamente significativa. Si bien la clasificación de temas, actos de habla y acciones discursivas implica un margen inevitable de interpretación, confiamos en que la ruta teórico-metodológica aquí propuesta pueda servir como referente para futuros estudios sobre los modos de producción de legitimidad política en los discursos gubernamentales contemporáneos, sobre todo en contextos de transición y cambio.

Referencias

- Andrade, C. P., Flores González, R. y Pablo Contreras, M. (2021). Las conferencias mañaneras y el monitoreo de medios. *UVserva*, 12, 153-168. <https://doi.org/10.25009/uvs.vi12.2797>
- Austin, J. L. (1988). *Cómo hacer cosas con palabras* (J. O. Ursom, Ed.; 1a ed., 5a impr.). Paidós.
- Bajtín, M. M. (1982). *Estética de la creación verbal* (trad. T. Bubnova). Siglo XXI.
- Benveniste, É. (1971). *Problemas de lingüística general I* (Trad. Juan Almela). Siglo XXI Editores.
- Chihu Amparán, A. (2023). El framing del ritual político (Las mañaneras). *Más Poder Local*, 53, 125-144. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.144>
- Díaz Jiménez, O. F., Ramos Ortega, O. y Meza Hernández, J. R. (2023). Los efectos de la comunicación presidencial en la confianza en las instituciones políticas y las noticias de los

- medios en las elecciones intermedias de 2021. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 35, 115-146. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85574>
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Routledge.
- Gobierno de México. (2025, junio). *Lineamientos de las conferencias de prensa mañaneras del pueblo*. Coordinación General de Comunicación Social y Vicerrectoría del Gobierno de la República. https://framework-gb.cdn.gob.mx/applications/eventos-presidencia/Lineamientos_de_prensa_conferencia_matutina.pdf
- Hodge, B. (2017). *Social semiotics for a complex world: Analysing language and social meaning*. Polity.
- Hodge, R. y Kress, G. (1993). *Language as ideology* (2nd ed.). Routledge.
- Hymes, D.H. (1972). On Communicative Competence. En J.B. Pride y J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics. Selected Readings* (pp. 269-293). Penguin.
- Halliday, M. A. K. (1982). El lenguaje como semiótica social: La interpretación social del lenguaje y del significado. Fondo de Cultura Económica.
- López Obrador, A. M. (s. f.). *Conferencias de prensa matutinas* [Canal de YouTube]. YouTube. http://www.youtube.com/playlist?list=PLRnlRGar-_296KTsVL0R6MEbpwJzD8ppA
- Márquez, J. (2024, 31 de diciembre). Aprobación presidencial. *Oraculus*. <https://oraculus.mx/aprobacion-presidencial/>
- Martinet, A. (1987). *Sintaxis general*. Gredos. (Biblioteca Románica Hispánica)
- Muñiz, C. (2021). Construyendo la polarización a través del discurso político. Análisis del uso de claves periféricas en la retórica del presidente mexicano López Obrador. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 149-165. <https://doi.org/10.6035/clr.5806>
- Muñiz, C. y Echeverría, M. (2022). Presentación: Medios y compromiso político. El papel de la comunicación en el fortalecimiento cívico. *Comunicación y Sociedad*, 19, 1-21. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8382>
- Natal, A. (2021). "For the sake of all, the poor first": Covid-19, mañaneras, and the popularity of the Mexican president. En M. Fernandez y C. Machado (Eds.), *COVID-19's political challenges in Latin America* (pp. 163-181). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77602-2_12
- Ramírez Plascencia, D., Alonso González, R. M. y Ochoa Amezquita, A. (2022). Odio, polarización social y clase media en las mañaneras de López Obrador. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 35, 83-96. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1505>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Espasa Libros.
- Romeu, V. (2022). La retórica del populismo en el discurso de las mañaneras: Una mirada exploratoria. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, 99, 73-98. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-03>
- Salgado Andrade, E. (2003). *El discurso del poder: Informes presidenciales en México (1917-1946)*. CIESAS / Porrúa.
- Salgado Andrade, E. (2019). *Los estudios del discurso en las ciencias sociales*. México: UNAM.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge University Press.

- Sheinbaum, C. (s. f.). *Conferencias de prensa* [Canal de YouTube]. YouTube. http://www.youtube.com/playlist?list=PLQMTy9WNfDrs9Hpn_klIXdgI3TVLOT_JN
- Slakta, D. (1971). Esquisse d'une théorie lexico-sémantique: pour une analyse d'un texte politique (*cahiers de doléances*). *Langages*, (23), 71-87.
- Turri Domínguez, A. F. N. (2022). Las mañaneras: An exercise for the democratization of the media ecosystem and social empowerment. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, 99, 53-69. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-02>
- Ullmann, S. (1978). *Semántica: Introducción a la ciencia del significado*. Aguilar.
- Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J. y Jackson, D. D. (1997). *Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas* (Trad. L. Díez). Herder. (*Obra original publicada en 1967*).
- Weber, M. (1992). *Economía y sociedad: Esbozo de sociología comprensiva* (2a ed., 1a reimp.). Fondo de Cultura Económica.