



Universidad Autónoma de Querétaro Facultad
de Ciencias Políticas y Sociales Maestría en
Comunicación y Cultura Digital

Retórica populista y polarización afectiva en la narrativa sobre el Tren Maya en X

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de Maestra en Comunicación y
Cultura Digital

PRESENTA

Leonor Torio Hernández

DIRECTOR
Dr. Rodolfo Sarsfield

Dr. Rodolfo Sarsfield
Presidente

Dra. Betsabee Fortanell
Trejo Secretaria

Dr. Sergio Rivera Magos
Vocal

Dra. María de la Luz Fernández Barros
Suplente

Dra. Claudia Cintya Peña Estrada Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.
Agosto de 2025
México

La presente obra está bajo la licencia:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciatario no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:

 **Atribución** — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciatario.

 **NoComercial** — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).

 **SinDerivadas** — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.

Índice

Agradecimientos

Introducción

Capítulo 1. Planteamiento del problema

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1 La comunicación política

1.1.2 La comunicación política y las redes sociales

1.1.3 X (Twitter)

1.1.4 AMLO y el Tren Maya

1.2. Pregunta de investigación

1.3. Objetivo general

1.4. Objetivos específicos

1.5. Hipótesis

Capítulo 2. Estado de la cuestión

2.1 La comunicación política y el uso de redes sociodigitales durante el sexenio del presidente Andrés Manuel López Obrador

2.2 Los megaproyectos y el Tren Maya

2.3 Redes sociodigitales y X (Twitter)

2.4 Populismo y polarización

Capítulo 3. Marco teórico-conceptual

3.1 Populismo

3.1.1 Populismo ideacional

3.2 Polarización

3.2.1 Polarización afectiva

Capítulo 4. Metodología

4.1 Tipo de estudio: Enfoque mixto dominante en lo cuantitativo

4.2 Muestreo, selección de casos y recolección de los datos

4.2.1 Base matriz: Variable de populismo

4.2.2 Bases de los comentarios: Variable de polarización

4.3 Variables o categorías de análisis

4.3.1 Las ocho historias principales dentro de la narrative populista de AMLO para el análisis de la variable de populismo

4.4 Desarrollo de la estrategia metodológica y análisis de los datos

4.4.1 Desarrollo de la estrategia metodológica

Capítulo 5. Hallazgos y resultados

5.1 Variable de populismo

5.1.1 Historias populistas

5.2 Variable de polarización

5.3 Correlación entre las variables de populismo y polarización

Conclusiones

Referencias

Agradecimientos

En primer lugar Quisiera agradecer a mi familia y mayormente a mi mama por todo su amor, al salir al mundo observo y reflexiono toda la magia con la que crecí. Le agradezco a mi hermana, que es un 99% identica a mí genéticamente y eso nos hace los seres más similares del planeta, es lo mejor que me han dado mis padres y, como ella lo ha dicho siempre, es mi compañerita de vida. Agradezco a mi hermana por darme un hermoso sobrino, el cual ha expandido mi corazón de una manera impresionante. También, agradezco a Kryuchkov, mi hermano legal, por su apoyo y por ser parte de la familia. Agradezco a mi papa por su cariño, aunque no siempre estemos de acuerdo. Por último, aunque no menos importante, le quiero agradecer a mi bello gato y a Sofí su apoyo para la realización de este documento, son parte fundamental de mi vida.

Quisiera agradecer a mi director de tesis, el Dr. Rodolfo Sarsfield, por su guía y apoyo a lo largo de todo este proceso. De igual manera, le agradezco a mis lectores, que también han sido mis maestros, la Dra. Cintya Peña, la Dra. Mariluz Fernández, la Dra. Betsabee Fortanell y el Dr. Sergio Rivera por todo su apoyo y guía.

Quisiera agradecer especialmente a la Dra. Betsabee Fortanell por todo su apoyo desde que era coordinadora de la maestría. También quiero agradecerle a la actual coordinadora, la Dra. Maricarmen Salinas por todo su apoyo. Quisiera agradecer a Marilú, Leti, Ara y Marcos por todo su apoyo y paciencia. Quisiera agradecer especialmente a mis bellas compañeras y amigas por todo su apoyo y cariño. Todo este camino no se hubiera podido recorrer sin ustedes. Gracias por toda su magia Vero, Ailén, Moni, Iriana, Marcela y Luis.

Quisiera agradecer el apoyo de CONAHCYT, por becarnos por un año para la realización de esta investigación.

Introducción

Las redes sociodigitales son espacios virtuales que nos permiten comunicarnos unos con otros a través de la distancia y compartir información y opiniones acerca de diversos temas, ya sean de índole personas o con otros fines. Así como el mercado hace uso de las redes sociodigitales para compartir y analizar información, la política lo hace también y cada vez observamos a más políticos que hacen uso de ellas para dar a conocer sus propuestas, acciones o dares a conocer ante la ciudadanía y es que la comunicación política resulta ser de suma importancia desde los tiempos de la Grecia Antigua.

Los actores políticos hacen, pero deben comunicar esas acciones a los ciudadanos para que estos los validen. El presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, ha hecho un gran uso de la comunicación política en redes sociodigitales y desde que comenzó su sexenio en diciembre de 2018 realiza las conferencias matutinas o coloquialmente llamadas “mañaneras” que son transmitidas por sus redes sociales, entre otros espacios. Para la realización de este trabajo nos enfocamos en la red X (antes Twitter) y en el tema del megaproyecto del Tren Maya. Nos centraremos en analizar el populismo y la polarización referente al tema del Tren Maya en los comentarios referentes al tema en la red social X.

En el primer capítulo del trabajo se plantea la problemática a desarrollar a lo largo de este estudio. En este apartado se desarrolla, como se mencionó anteriormente, el planteamiento del problema y su justificación, la pregunta de investigación, los objetivos general y específicos, así como la hipótesis del trabajo. En el segundo capítulo se tiene como propósito desarrollar los conceptos que son necesarios para llevar a cabo el trabajo, comenzando por el proyecto del Tren Maya, después situar el lugar de la investigación, que son los posteos referentes al tema del Tren Maya durante el sexenio del presidente de México, Andrés Manuel López Obrador y la red sociodigital, que es X.

Posteriormente, se desarrollan apartados para explicar los temas de populismo y polarización, así como trabajos donde se observen estos temas y tengan relevancia para esta investigación.

En el tercer capítulo abordaremos la perspectiva teórica y metodológica utilizada para llevar a cabo el análisis y explicar el fenómeno que estamos estudiando. En el cuarto capítulo se explica la metodología usada para el desarrollo de esta investigación. En el quinto capítulo se presentan el análisis y los resultados obtenidos. Finalmente, se encuentra el apartado donde se presentan las conclusiones encontradas con la realización de este trabajo y se finaliza con las referencias utilizadas a lo largo del mismo y los anexos.

Capítulo 1. Planteamiento del problema

1.1 Planteamiento del problema

Las tecnologías de información y comunicación han aportado una nueva forma de interacción comunicativa en la sociedad actual. Dentro de estas nuevas tecnologías encontramos las redes sociales, las cuales se han convertido en una herramienta que sirve para medir la interacción de las audiencias y sus opiniones respecto a temas específicos a una velocidad mucho mayor que la de los medios tradicionales y con un alcance de talla global. Las redes sociales son canales de comunicación bidireccional, lo cual permite a los usuarios una nueva manera de interacción (Cordón, 2016).

Las redes sociodigitales se han convertido en medios de comunicación con muchos usuarios a través de los cuales se crean comunidades en torno a diversos temas y esto permite a los interesados en un tema comunicarse, compartir y expresar sus opiniones en torno a estos. El lenguaje digital “es la forma de expresión de las nuevas plataformas donde se puede observar el uso de la comunicación y la democratización de la opinión pública para atrapar individuos a través de sus emociones, necesidades y gustos en común” (Murillo, 2015).

Referente a la política, es cada vez es más común que los políticos utilicen las redes sociodigitales para comunicar y dar a conocer sus propuestas y acciones a la ciudadanía. La comunicación política resulta indispensable para que los ciudadanos puedan validar a sus gobernantes a través de la aprobación o no de las acciones que realizan. El presidente de México, Andrés Manuel López Obrador ha hecho uso de las redes sociodigitales dentro de su gobierno y desde que comenzó su sexenio en diciembre de 2018 da casi diariamente las llamadas conferencias matutinas o “mañaneras” en las cuales comunica sus acciones y proyectos, así como opiniones ante la ciudadanía por medio de las redes sociodigitales oficiales de la presidencia de la república, así

como en sus cuentas personales en las diversas redes sociodigitales, como X que utilizamos en este estudio y diversos canales de la prensa. De esta forma, con las conferencias matutinas diarias, el presidente y los temas que expone se encuentran presentes dentro de la agenda pública del país.

1.1.1 La comunicación política

La comunicación política es una disciplina que nace de la unión entre la comunicación y la política y se trata de un término que comenzó a utilizarse en la década de los cincuenta. Esta relación entre política y comunicación resulta indisoluble para que una sociedad sea democrática, ya que los mandatarios necesitan no solamente hacer, sino comunicar aquellas acciones que están realizando a los ciudadanos para que estos legitimen con su opinión positiva o negativa si está desempeñando de buena manera su mandato.

De esta manera podemos delimitar que la comunicación política es el área de la comunicación y de la ciencia política que se encarga de la difusión y diseminación de la información, así como sus efectos a través de los medios de comunicación y las redes sociales dentro del ámbito político. Dentro del campo de estudio referente a la comunicación política encontramos el análisis de los medios de comunicación, de las redes sociales, de los discursos emitidos por los políticos y los agentes que influyen dentro de este contexto, los líderes de opinión y los comentarios emitidos por la ciudadanía.

Podemos observar que son la comunicación política proviene de diversos actores que emiten discursos y estos convergen entre sí conformando la opinión pública. El sociólogo Dominique Wolton menciona al respecto:

La comunicación política así entendida, muestra por un lado que se trata de un lugar de enfrentamiento de discursos de desenlace incierto y, por otro lado, muestra también que ese enfrentamiento se realiza partiendo de tres discursos que se expresan legítimamente en una democracia: la información, la política y la opinión pública (Reyes, p.111).

El concepto de comunicación política no tiene mucho tiempo de ser utilizado, ya que comenzó a usarse en la década de los cincuenta. Según Wolton (1998), la relación entre comunicación y política es tan antigua como lo es la misma política, debido a que esta siempre ha necesitado de la comunicación para existir, por lo cual este vínculo resulta indisoluble:

La comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus potencialidades políticas, económicas y sociales. Así a través del tiempo, el hombre ha desarrollado la política valiéndose de la comunicación con la finalidad de convencer e influir en los ciudadanos para la aceptación de un modelo económico, político y social. En el cual se sigan ciertas normas, valores y principios del sistema político imperante. (Reyes, 86).

Esta relación, como ya hemos mencionado, es bastante antigua y Salomé Berrocal (2003) comenta al respecto que ya en los textos de Heródoto se narraba esta cuestión y la necesidad de conocer la opinión de los ciudadanos acerca de sus gobernantes. De esta manera, los procesos para identificar y recolectar los datos acerca de la opinión sobre los integrantes del ámbito político han ido evolucionando con el pasar del tiempo y el avance de la tecnología:

Estos procesos de recolección de información y opinión sobre el gobernante permitieron que se fueran perfeccionando a través de los años -desde el imperio

romano, pasando por el Estado Nacional y hasta nuestros días- los modelos de propaganda y comunicación, consistentes en la vinculación del gobernante con los gobernados, donde el primero busca la aceptación y legitimación de su forma de gobernar. Tal preocupación por lograr la aceptación y la fama en la legitimación del poder estuvo presente en el desarrollo de la civilización occidental. (Reyes, 87).

Como hemos mencionado, los gobernantes y las actividades dentro de la política de los mismos se fundamentan a través de la comunicación, creando un binomio necesario para la transmisión de esa información:

La comunicación cumple un papel fundamental en los sistemas democráticos, ya que permite conocer el ejercicio de los gobernantes y elaborar libremente nuestra forma de pensar y actuar en relación con el gobierno. Los políticos, dentro de su función gubernamental, actúan y toman decisiones que impactan a la sociedad, lo cual influye directamente en su permanencia y estabilidad de su cargo, por lo que tienen como objetivo reducir la inestabilidad y vulnerabilidad del mismo; por tanto, necesitan contar con apoyo para legitimar sus acciones y garantizar su permanencia. Aquí, la comunicación adquiere un papel trascendental, cuyas funciones son informar, interpretar y mediar intereses, con esto se legitima su acción comunicativa, dado que los objetivos de los políticos pasan por una estrategia de comunicación de sus acciones en forma de mensajes a la sociedad. (Reyes, 87).

Los gobernantes y las actividades dentro de la política de los mismos se fundamentan a través de la comunicación, creando un binomio necesario para la transmisión de esa información. De esta manera los gobernados pueden emitir una opinión positiva o negativa que retroalimenta el ejercicio

de una sociedad democrática y legitima el quehacer gubernamental. “Para un hombre de estado, actuar y comunicar son dos caras de una misma realidad.” (Reyes, 88).

Esta relación entre la comunicación y la política que hemos mencionado tiene como finalidad llegar a la ciudadanía y que estos valoren la información que se les presenta para emitir una opinión al respecto. Por lo antes mencionado resulta indispensable que la población tenga acceso a lo que está ocurriendo a nivel político, para posteriormente posicionarse, ya sea de un lado positivo o negativo y legitimen o no al gobernante en turno. “Por su parte, para que los ciudadanos acepten es necesario, antes que nada, que conozcan el contenido del mandato de los gobernantes y las reglas en cuestión a fin de estar en posibilidades de acatarlas, cuestionarlas o rechazarlas.” (Reyes, 87).

La función primaria de la comunicación se ve reflejada en esta cara referente a la política y busca que haya un vínculo de conocimiento entre los diversos actores de este proceso de organización social, los cuales serían los ciudadanos y los gobernantes. De esta manera, “es importante destacar que la comunicación en su perspectiva política tiende a buscar un mejor entendimiento entre los integrantes que componen la sociedad y entre ésta y el grupo gobernante.” (Reyes, 87).

Como hemos mencionado anteriormente, los gobernantes poseen una preocupación por lograr la aceptación de la sociedad que se encuentra bajo su mandato, por lo cual hará uso de los medios de comunicación masiva, tales como periódicos, radio o televisión para legitimar sus acciones como político.

Como se puede observar, la comunicación y la política han estado íntimamente vinculadas al desarrollo histórico de la humanidad. Por ello, además de factores sociales, económicos e históricos, una forma particular de gobierno requiere para su existencia y reproducción de un proceso de comunicación que procure la

generación, preeminencia y transmisión de emociones, valores, principios e ideas que sustenten la aceptación del grupo gobernante. (Reyes, 87).

Dentro de las sociedades democráticas es esencial que los ciudadanos sepan lo que está ocurriendo dentro del ámbito de la política, así como qué acciones están tomando los mandatarios para ejercer su derecho a decidir y expresarse de manera democrática. “La comunicación cumple un papel fundamental en los sistemas democráticos, ya que permite conocer el ejercicio de los gobernantes y elaborar libremente nuestra forma de pensar y actuar en relación con el gobierno”. (Reyes,87).

Dentro de la función gubernamental que cumplen los políticos, ellos realizan acciones que impactan de manera directa a la sociedad y, de pendiendo de si esas acciones convencen a la esfera pública, esto repercutirá directamente en su permanencia y en la estabilidad del cargo que desempeñen. A causa de lo antes mencionado, los participantes dentro del ámbito político tienen el objetivo y la preocupación de reducir las impresiones negativas al respecto y con ello la inestabilidad que esto podría causarles. Es en este punto donde la comunicación posee un papel fundamental, ya que cumple con ciertas funciones que son: “informar, interpretar y mediar intereses, con esto se legitima su acción comunicativa, dado que los objetivos de los políticos pasan por una estrategia de comunicación de sus acciones en forma de mensajes a la sociedad”. (Reyes, 87).

De esta manera, vemos que las actividades de la esfera política encuentran fundamento en la comunicación. Las obras realizadas por los gobernantes deben ser difundidas y transmitidas a la ciudadanía y ser retroalimentadas con las respuestas de los otros actores, tales como los partidos políticos, los líderes de opinión, los universitarios, los sindicatos, los intelectuales, entre otros, en cuanto a su postura positiva, negativa o indiferente hacia el régimen político en turno. Para los

mandatarios de los regímenes políticos resulta de suma importancia actuar, pero, de igual manera, comunicarlo.

Los primeros estudios acerca del tema de comunicación política aparecieron en el momento en que se empezaba a reconocer el poder que tienen los medios de comunicación masivos para influenciar y manipular a las personas dentro de la sociedad. Después de la primera guerra mundial la comunicación política como área del conocimiento tuvo un gran crecimiento y observamos tres causas principales:

la inminencia de que se aproximaba otro conflicto bélico, con actores como el comunismo en la URSS, los fascismos en Italia y Alemania; el ascenso de los EU al rango de primera potencia mundial, y el desarrollo de la prensa de masas, de la radio y el cine, que no sólo suponían tecnologías al servicio de la información, la expresión artística y el entretenimiento, sino también posibilidades para la propaganda y el adoctrinamiento político, cuya eficacia y alcance urgía investigar (Del Rey, p. 166).

Posteriormente, en la década de los años cuarenta los estudios acerca de los medios de comunicación de masas se centraron de manera principal en el electorado y en medir la influencia de los mismos sobre los públicos:

Los estudios sobre comunicación de masas de los años cuarenta comenzaron a introducir herramientas metodológicas más elaboradas y complejas a fin de medir el poder de influencia de los medios sobre sus audiencias; en esta época, la publicidad, la propaganda, las relaciones públicas y la comunicación política necesitaban recursos persuasivos para conquistar a los consumidores y cautivar a los electores. (Reyes, 88).

En la década de los sesenta se tenía la idea de que los contenidos que se transmitían a través de los medios de comunicación masiva servían para reforzar actividades determinadas e influenciar a los usuarios, de esta manera hubo un creciente interés por estudiar la comunicación que se producía a través de los medios:

los estudios posteriores concluían que los individuos tendían a exponerse a ciertos contenidos en los medios, renaciendo el interés por analizar el impacto de la comunicación en las personas. Para fines de los sesenta, había trabajos importantes en este sentido, como los de Kurt Lang y G. Lang, Valdimer Key, Jay Blumer y James Halloran. Algunos defendían que los individuos practican una exposición selectiva de la información que reciben de los medios, mediante esta seleccionan y discriminan mensajes con base en creencias y valores previamente determinados. (Reyes, 89).

En la siguiente década, 1970, se transmiten los debates electorales de la política de Estados Unidos en la televisión y con esto surgen nuevos análisis sobre el papel y la influencia de los medios en los procesos electorales. En este momento es cuando comienzan a realizarse análisis sobre la disciplina de la comunicación política centrándose en los procesos electorales y las reacciones de los ciudadanos ante lo transmitido a través de los medios:

La comunicación política en la década de 1970 como campo especializado inicia su consolidación, partiendo de concebir a los medios de comunicación como un factor trascendental y poderoso en la forma de pensar y actuar de los individuos, y bajo este supuesto surgen teorías como la de los usos y gratificaciones, en donde se concibe a la audiencia como receptora activa en la información, quien la retiene y

selecciona de acuerdo con sus necesidades, para utilizarlas, posteriormente con intenciones y fines específicos. (Reyes, p. 109).

En las décadas posteriores, las referentes a 1970 y 1980 se incluyeron los estudios que se centraban en los análisis del discurso político y su producción a través de los medios, la generación de la opinión pública y su relación con las instituciones y organismos de gobierno dentro de la comunicación política. En este momento la comunicación política estaba en un proceso de conformación como disciplina de estudio y conocimiento:

Como se puede observar, la definición de comunicación política se encontraba en un proceso de construcción para adquirir su reconocimiento y es en 1973 cuando la Asociación Internacional de Comunicación crea la división de estudios de comunicación política, fomentando el intercambio académico entre los interesados en estudios sobre los usos de la comunicación en la realidad política, la relación entre poder y medios, la comunicación entre ciudadanos y políticos, la publicidad electoral y actores políticos, entre otros temas. (Reyes, 89).

La comunicación centrada en el estudio de la producción de los discursos políticos a través de los medios masivos, es decir la comunicación política, alcanzó un nuevo momento teórico:

Con base en diversos estudios, varios autores señalan que nació una nueva teorización sobre la comunicación política, a la vez que se desarrolló una comunicación política nueva, distinta, dado que aparecieron también nuevos medios de comunicación: Dentro de los autores más importantes en los estudios de comunicación política destacan: Lazarsfeld, Lewin, Houlard y Lasswell; Lazarsfeld se dedicó al estudio de los medios de comunicación y de sus efectos en los electores; Lewin orientó su investigación hacia los problemas de comunicación

en los grupos sociales; Houlard impulsó el análisis de la nueva retórica de la persuasión, y Lasswell estudió la propaganda política y las técnicas de análisis de contenido (Del Rey, p. 175).

Paul Lazarsfeld y Bernald Berelson realizaron investigaciones acerca del impacto de las campañas electorales, mostrando que los efectos no estaban controlados por los emisores, que esta recepción de los mensajes depende de diversos aspectos y factores de los receptores. Posteriormente, el desarrollo de la comunicación política se observa dentro de las dimensiones social y política bajo la visión de otros estudios:

las aportaciones de autores como Fagen, Nimmo, Trent, Friedenberg, Pares y Wolton, entre otros, permitieron comprender la comunicación política como un fenómeno político y social, estudiando los efectos de las actividades comunicativas, los intercambios de símbolos políticos, la ideología, los conflictos y, fundamentalmente, su trascendencia e impacto en la actividad política. (Reyes, 90).

Con el pasar del tiempo se han desarrollado nuevas maneras de comunicación política, así como otros espacios que han pasado de los tradicionales. como los mitines, la plaza pública y se han combinado con los más modernos. La comunicación política, así como la comunicación en general, en este momento histórico nos lleva al desarrollo de las tecnologías y de las redes sociales.

Pensar en la comunicación política moderna nos ubica en el desarrollo de los medios de comunicación, donde la transmisión de mensajes por parte de partidos políticos y ciudadanos o bien entre gobernantes y gobernados se hizo presente. Sin embargo, es imprescindible sistematizar la información teórica, analizarla y aportar propuestas que enriquezcan este campo de estudio, así como impulsar la investigación de nuevas temáticas sobre las relaciones existentes entre los actores

de la comunicación política y su impacto en el fortalecimiento de la democracia moderna. (Reyes, 92).

La comunicación política siempre ha tenido un carácter público, sin embargo, con el pasar del tiempo se ha vuelto cada vez más mediática. Con los medios de comunicación las distancias se han acortado y la velocidad en la transmisión de los mensajes se ha multiplicado con el desarrollo de la tecnología. Los medios de comunicación se han posicionado como un eje fundamental en el desarrollo de la relación entre la esfera política y la sociedad, ya que gracias a los medios los mensajes pueden llegar a los ciudadanos.

El mensaje político contiene información en su sentido amplio: datos, opiniones, argumentos, sentimientos, valoraciones, llamamientos críticos, etc., y se expresa de forma verbal o no verbal. El canal más simple e inmediato de transmisión de un mensaje político es el contacto cara a cara, pero en el ejercicio de masas los medios de comunicación son quienes canalizan la información. (Reyes, 96).

Como hemos comentado, la comunicación política es entendida como la rama de la comunicación que se encarga del estudio y práctica de la difusión de la política. A su vez, la comunicación política también forma parte de la ciencia política al ser un pilar fundamental para la realización de la misma. Hemos dado un breve recorrido por la consolidación de la comunicación política como una disciplina de estudio, pasando por diversas fases:

La comunicación política estudió en sus inicios la comunicación de los gobernantes con la sociedad, vista ésta como mercado electoral; más tarde, también se enfocó en el intercambio de discursos entre los políticos, hasta llegar a los medios de comunicación masivos y la formación de la opinión pública. Como término, la comunicación política moderna ha sido estudiada a partir del papel que juegan sus

principales actores: políticos, periodistas, dueños de medios de comunicación y la opinión pública. (Reyes, 92).

1.1.2 La comunicación política y las redes sociales

Un gobierno no puede accionar a ciegas, debe conocer la opinión de sus ciudadanos, sin embargo, para que esto se logre es indispensable que la sociedad se entere de los mensajes de los mandatarios. De igual manera, observamos que dentro del proceso de la comunicación política encontramos diversos actores que lo conforman dentro de las categorías de emisores y receptores. La comunicación del ámbito político hacia la ciudadanía resulta indispensable para unas sociedad democrática. Por otro lado, con el avance de la tecnología y el desarrollo de las redes sociales vemos que cada vez este proceso de comunicación se masifica a una velocidad abrumadora.

Actualmente, las redes sociodigitales resultan ser elementos clave dentro de la comunicación en nuestro contexto social, ya que las principales plataformas de interacción digital cuentan con millones de usuarios que comparten información y expresiones diariamente. Las redes sociales permiten una comunicación bidireccional y unidireccional a una velocidad mayor que la de los medios de tradicionales y con un alcance de talla global. Según datos de enero de 2024 de Data Reportal, las redes sociales para ese momento contaban con 5.04 billones de usuarios a nivel mundial.

Según el estudio Digital 2024, realizado por Data Reportal, México cuenta con 90.20 millones de usuarios activos en redes sociales. Las redes sociales con mayor número de usuarios en México son Facebook con 90.20 millones, Youtube con 83.10, Tiktok con 74.15, Instagram con 44.85, Pinterest con 24.09, LinkedIn con 22 y Twitter con 18.02 millones. WhatsApp y Facebook

Messenger también cuenta con muchos usuarios, pero no están en la lista por tratarse de servicios de mensajería más que un sitio para publicar contenido o generar comentarios públicos.

Cada red social presenta características que se enfocan en ciertos formatos, por ejemplo Instagram es más visual o X (Twitter) se utiliza para escribir mensajes breves. A pesar de sus diferencias, también comparten elementos similares de interacción, tales como comentarios, reacciones, compartir, visualizaciones, etc. Con esto se observa que:

las redes sociales cuentan con características cuantitativas tales como la cantidad de miembros que la integran (tamaño), la frecuencia con que establecen contactos, el grado de simetría existente en el contacto de los miembros, el tamaño de la red, las características relacionadas con variables como el sexo, la edad, la raza, etc. (Ávila, p. 25).

Para los intereses de este estudio nos centraremos en X, ya que es una de las redes sociales que se ha utilizado para temas de política más que otras redes sociodigitales, además de que predomina el texto y analizamos los posteos del presidente Andrés Manuel López Obrador. De igual manera, su formato permite la generación de comentarios de parte de los usuarios, por lo cual reune los elementos que la hacen favorable para esta investigación.

1.1.3 X (Twitter)

La red social Twitter cambió de nombre a X en 2023, después de que la empresa fuera adquirida por el empresario Elon Musk. Originalmente, fue fundada por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone el 14 de mayo de 2006. “Su nombre inicial fue Twtr, inspirado en lo que ya era Flickr -el servicio de fotografías-. Después de sólo 5 años, Twitter es la red social de comunicación online

en 140 caracteres más importante de este mundo.” (Domizi, p. 15). Es importante mencionar que el formato de esta red social es el microblogging y si bien comenzó con únicamente 140 caracteres para las publicaciones, después amplió esta cantidad a 280 permitiendo la publicación de textos sintéticos, pero un poco más extensos que al comienzo, así como imágenes y videos. La suscripción X Blue en Estados Unidos permite textos de 4,000 caracteres. Twitter se puede definir como:

una plataforma de microblogging o una red social que fue fundada a principios de 2006. Se trata de un microblog porque a través de la web o del teléfono móvil permite publicar mensajes cortos de 140 caracteres llamados tweets. A su vez, es una red social porque sus miembros tienen una página de perfil con información personal y se pueden conectar a otros miembros siguiéndoles y obteniendo un acceso directo a su contenido. (Moll, p. 89).

Las opciones que ofrece X, a sus usuarios son las básicas de realizar comentarios, compartir o retweetear y reaccionar de manera positiva dando clic a un corazón. Lo que nos interesa observar en esta red social es el intercambio de mensajes que crea un nuevo espacio de debate, un nuevo espacio público donde todos pueden participar. Respecto a este nuevo espacio público que son las plataformas digitales menciona Castells: “el proceso de cambio social en el nuevo espacio público constituido por las redes de comunicación” (Castells, 2009, p. 397).

Hemos mencionado anteriormente que las redes sociales permiten esta conformación de un nuevo espacio público, pero diremos que se trata más bien de una extensión de este que les permite a los usuarios tener comunicación y expresar sus opiniones sin importar la distancia y de un modo libre.

El uso de los dispositivos electrónicos, como teléfonos celulares o tabletas y de las redes sociales es un hábito cada vez más cotidiano en la vida actual y es un hecho que no puede ser ignorado.

Desconocer la importancia de las redes sociales y permanecer, únicamente, en la concepción que ata al espacio público a lo espacial-dialógico, en tiempos donde gran parte de las interacciones y la participación en lo público se dan a través de Internet y, más precisamente, a través de redes virtuales, es ignorar que el espacio público no es un todo homogéneo, y que ha sido “fragmentado por la irrupción de lo virtual” (González citado en Negri, p. 6).

1.1.4 AMLO y el Tren Maya

Como se ha mencionado, Andrés Manuel López Obrador ha hecho uso de la comunicación política a través de sus conferencias y su transmisión a través de las redes sociodigitales. Al respecto menciona Eva Salgado: “Las conferencias de prensa matutinas de Andrés Manuel López Obrador son una inusitada estrategia de comunicación política en México y el mundo, por medio de la cual el Presidente interactúa con los medios, otros actores políticos y la ciudadanía.” (Salgado, 2023, p. 2).

Si bien, Andrés Manuel López Obrador ya hacía reuniones con la prensa cuando era Jefe de Gobierno de la Ciudad de México esto se acrecentó en su periodo como presidente. Menciona Salgado que esta estrategia de comunicación política es algo insólito para un presidente, incluso a nivel internacional, ya que en la década de los 70 los presidentes mexicanos rara vez daban entrevistas:

Hasta los años 70 los presidentes mexicanos prácticamente no daban entrevistas; según Nájar (2019), apenas en la década de los 80 se aceptaba una o dos por año, con periodistas previamente escogidos. Un antecedente de comunicación directa con la

ciudadanía fue el programa radiofónico sabatino (Fox Contigo), transmitido durante la gestión de Vicente Fox (2000-2006). (Salgado, p. 3).

En su uso de redes sociodigitales en 2023 entró a la lista de los diez streamers más vistos en el mundo de habla hispana, alcanzando el primer puesto y superando a los influencers más vistos con casi 50 millones de visualizaciones en su canal de YouTube. Si bien en esta investigación no se estudian ni las conferencias matutinas ni YouTube, resulta un dato relevante para observar el uso que ha dado AMLO a las redes sociodigitales a lo largo de su mandato.

Uno de los temas presentados por AMLO han sido los megaproyectos del sexenio, dentro de los cuales encontramos la construcción del Tren Maya. El Tren Maya es uno de los megaproyectos propuestos por el presidente de México Andrés Manuel López Obrador para realizarse en cinco estados de la república mexicana: Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo. En noviembre de 2018, cuando ya era presidente electo, este convocó a una segunda votación ciudadana para votar por los megaproyectos que propuso construir durante su sexenio que comenzó desde diciembre de 2018 y finalizó en septiembre de 2024.

Para la realización de este estudio se ha realizado el análisis de los posteos de X que traten el tema del proyecto del Tren Maya para observar si tienen o no una narrativa populista. Una vez seleccionados los posteos acerca de este tema, se analizaron los comentarios emitidos hacia estos en la red sociodigital de X y la cuenta elegida para la recolección de los datos es la cuenta personal del presidente Andrés Manuel López Obrador. En el estudio de los comentarios emitidos por los usuarios se busca la polarización presente en los mismos para observar si la narrativa populista presente en los posteos tiene una correlación en la generación de comentarios polarizados.

Debido a que la principal razón de la lengua es la de comunicarse para la convivencia social y al

tratarse de la generación de nuevos canales, como lo son las redes sociodigitales, esta se adapta para un intercambio comunicativo efectivo y es posible analizar la polarización en los comentarios.

Para el presente estudio se decidió utilizar la red sociodigital X, en la cual se lleva a cabo el proceso comunicativo a través del *microblogging*, de manera sintética (Domizi, 2016), accediendo a ciertos temas o comunidades. Los usuarios tienen la libertad de unirse a los temas que deseen, mantenerse informados y actualizados, así como interactuar con otros usuarios interesados en los temas elegidos y hacer categorizadores de temáticas donde los usuarios expresan emociones y opiniones en las redes sociodigitales acerca de diversos temas.

La elección del tema del Tren Maya responde a que ha sido un tema muy presente en los últimos meses, ya que se trata de uno de los megaproyectos del presidente de México, Andrés Manuel López Obrador. Al respecto se observan opiniones polarizadas, debido a que hay sectores que apoyan la construcción de este proyecto y otros que no, entre los que destacan las comunidades indígenas de las zonas donde pasará la ruta de las vías ferroviarias. De igual manera, colectivos activistas, tales como Sélvame tren, han hablado de las polémicas acerca de la inversión extranjera relacionada y la violación de los derechos humanos, así como el daño al medio ambiente. En este sentido, se observa una relación del poder político ejercido a través de la comunicación política y el contrapoder de las comunidades que están en contra de dicho proyecto. Al tratarse de redes sociales tenemos una comunicación bidireccional. Castells menciona:

Los procesos de construcción de poder deben contemplarse desde dos perspectivas: por un lado, pueden aplicar la dominación existente o adquirir posiciones estructurales de dominación; por el otro, también hay procesos de resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o subrepresentados en los programas y composición de las redes. Analíticamente, ambos procesos configuran en último término las estructuras de poder mediante su interacción. Son diferentes, si bien actúan bajo la misma lógica. Esto quiere decir que la resistencia al poder se efectúa mediante

los dos mecanismos que constituyen el poder en la sociedad red: los programas de las redes y la conexión entre ellas (Castells, 2009, p. 357).

Al tratarse de un tema de relevancia política y de que el presidente Andrés Manuel López Obrador ha estado muy presente en redes sociodigitales desde que buscaba la presidencia e incluso tiene cifras de influencer, resulta importante analizar la opinión pública que se genera a través de un proyecto de la magnitud del Tren Maya y observar la polarización y el populismo generados y presentes.

Pregunta de investigación

¿Existe una relación entre la narrativa sobre el Tren Maya de parte de Andrés Manuel López Obrador y la polarización en los comentarios que se posteán en Twitter?

Objetivo general

Identificar si existe una relación entre la narrativa de Andrés Manuel López Obrador sobre el Tren Maya y la polarización afectiva entre los seguidores de su cuenta en X (Twitter).

Objetivos específicos

1. Identificar si los posteos referentes al Tren Maya presentan una narrativa populista.
2. Analizar la polarización en los comentarios emitidos en los posteos acerca del Tren Maya en X.
3. Indagar si existe relación entre el discurso populista y la polarización en los posteos acerca

del tema del Tren Maya en X.

Hipótesis

La narrativa populista presente en los posteos acerca del Tren Maya se encuentra relacionada con la generación de comentarios polarizados en torno al tema en la red sociodigital Twitter (X).

Capítulo 2. Estado de la cuestión

En este capítulo se aborda la revisión de la literatura en torno al tema de investigación del presente estudio. Se comienza con la revisión de trabajos acerca de la estrategia de comunicación política del presidente Andrés Manuel López Obrador con el uso que da a las redes sociodigitales y su presencia diaria a través de las mañaneras, así como sus propuestas de los megaproyectos particularizando en estudios del proyecto del Tren Maya.

Debido a que nos centraremos en la realización del análisis en redes sociales y específicamente en Twitter, ahora X, también se agregan investigaciones acerca de esta red sociodigital. Posteriormente, se presenta la revisión de la literatura de trabajos acerca de populismo y polarización, con enfoque en el caso de México y en relación a las acciones de Andrés Manuel López Obrador y su discurso, así como estos temas relacionados al proyecto del Tren Maya y las redes sociodigitales.

2.1 La comunicación política y el uso de redes sociodigitales durante el sexenio del presidente Andrés Manuel López Obrador

En el artículo *Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López obrador (2018–2021)*, María Eugenia Valdés Vega (2022) busca saber por qué Andrés Manuel López Obrador inició su sexenio dando una conferencia donde interactuó con la prensa por la mañana y plantea que se trata de una estrategia de comunicación política utilizada para legitimarse como un presidente de izquierda elegido de manera democrática por los ciudadanos, ya que incluso él plantea que su gobierno es el comienzo de la cuarta transformación del país y popularmente se llama la 4T a su proyecto de gobierno.

La autora hace un breve recorrido de la situación de las elecciones del 2018, donde López Obrador fue elegido como presidente el 1 de julio de 2018 donde obtuvo:

un amplio margen de votos frente a sus tres contendientes: Ricardo Anaya, de la alianza formada por el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y el partido Movimiento Ciudadano (MC); José Antonio Meade, del Partido Revolucionario Institucional (PRI), y el independiente Jaime Rodríguez. Resultó ganador de los comicios en 31 de los 32 estados del país y obtuvo más del 50% de los votos en 20 estados diferentes, algo que ningún otro candidato había logrado en las últimas tres décadas. (Valdés, p. 16).

A lo largo de su campaña, como de la anterior, López Obrador recorrió las plazas públicas del país con la frase de que “la mafia del poder” estaba en contra suya y que él terminaría con la pobreza en la que los grupos de poder tenían sumido al país, aquí claramente observamos un discurso populista. Un punto culminante de la mala relación de AMLO con los medios fue en 2006, cuando “las televisoras junto al gobierno, el PAN y Felipe Calderón, buscaron aniquilarlo con el mensaje de campaña de que él era un peligro para México” (Valdés, p. 17).

El discurso contra estos grupos que dominan al país resulta importante en el punto de que incluye a los medios tradicionales, los cuales eran los que realmente dirigían al país y ellos decidían quién era el presidente, que funcionaba como una especie de marioneta. Según López Obrador, el verdadero pilar que sostenía al poder oligárquico en México era ese control que ejercía el grupo de potentados sobre casi la totalidad de los medios de comunicación, en particular de la televisión, con el fin de que, a través de este monopolio, se

manipulara el pensamiento de millones de mexicanos y se administrara la ignorancia en el país. (Valdés, p. 17).

En la campana presidencial de 2018 se observa una modificación, ya que “el discurso de AMLO cambió desde antes y durante la campaña electoral, sobre todo en la forma, pues, aunque en las plazas públicas continuó con dureza, se volvió más cuidadoso e intentó un trato amable en las entrevistas con intelectuales y periodistas. Sin embargo, en realidad hubo menos cambios en el fondo” (Valdés, p. 18).

La autora menciona que si bien, la estrategia política de López Obrador se ha basado mucho en su comunicación, también ayudaron a esto factores como la pobreza, desigualdad e inseguridad que atraviesa y en ese momento atravesó el país. La construcción del discurso de la propuesta del gobierno de AMLO, la 4T o la cuarta transformación se basa en personajes históricos presentes en la política mexicana, tales como Benito Juárez, Francisco I. Madero y Lázaro Cárdenas:

Juárez encabezó a los liberales que consiguieron la separación de la Iglesia y el Estado en el siglo xix y luego mandó fusilar al aristócrata europeo Maximiliano porque quiso instaurar un imperio en estas tierras; Madero organizó un movimiento armado para terminar con la dictadura de Porfirio Díaz y tuvo el apoyo de los líderes agrarios Francisco Villa y Emiliano Zapata en la revolución mexicana; por último, el general Lázaro Cárdenas sentó las bases del Estado mexicano moderno, expropió el petróleo a los inversionistas extranjeros y estableció una alianza con obreros y campesinos que daría origen al partido hegemónico que gobernó al país por setenta años, el pri. De este modo, la 4^a transformación de México fincó sus bases en la historia nacional. (Valdés, p.19).

La democracia es validada a través de la comunicación política y las conferencias matutinas han servido como una herramienta para legitimar el gobierno de López Obrador a través del debate público que generan, ya que “se refuerza la democracia por el impulso que da la comunicación al debate público a causa de la clara relación entre medios y gobierno” (Valdés, p. 21). AMLO retomó las conferencias que daba cuando fue Jefe de Gobierno de Ciudad de México de 2000 a 2005, pero la diferencia principal es que las conferencias desde que es presidente se encuentran disponibles en redes sociales. La autora menciona que este modelo es insólito:

Si bien comparte rasgos esenciales con las conferencias de prensa tradicionales como poderosa herramienta para informar a través de los medios, este inusitado modelo de comunicación política dista mucho de ser solamente eso debido a que ningún gobernante en ninguna parte del mundo se somete al ejercicio de atender diariamente a preguntas y respuestas de los medios de comunicación. Aun cuando pueda haber un contacto cotidiano de reporteros y corresponsales con los gobernantes, en las agendas de estos no existe un espacio predeterminado para la tarea de enfrentarse cara a cara con la prensa. (Valdés, p. 22).

Las conferencias matutinas han sido criticadas, ya que se observa como un espacio beneficioso para los intereses del presidente y los periodistas Salvador Camarena y Daniel Moreno, de El Financiero y Animal Político mencionaron en un coloquio en la Universidad de Texas en 2019 que:

una de las narrativas predilectas del presidente Andrés Manuel López Obrador era el embate contra los medios; concretamente mencionaron su continua repetición de la palabra *fifí* para referirse a la prensa que calificaba de conservadora. Para ellos, tales denuestos llevaban a una polarización donde los

periodistas enfrentaban a alguien con el dinero, los canales de comunicación, la mayoría en la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores y además «'todo un gobierno movilizado en esto, en denigrar a periodistas. (Valdés, p. 23).

Valdés menciona que la socióloga Ivonne Acuña propone que las conferencias mañaneras cumplen con cinco principales funciones estratégicas: didáctica, ejercicio del derecho de réplica, control de daños, uso coactivo de la opinión pública y elaboración del discurso sobre el ejercicio del poder.

A modo de conclusión, la autora menciona que en la mayoría de las encuestas se observa que “los porcentajes de aprobación relativamente altos del presidente López Obrador no coinciden con la opinión de los ciudadanos acerca de los resultados de su gestión al frente del gobierno federal, pues en estos casos la aprobación disminuye notablemente” (Valdés , p. 32).

Sin embargo, en la encuesta realizada por el periódico Reforma antes del 1 de septiembre de 2021, cuando fu el tercer informe de gobierno fue evaluado favorablemente en los rubros de programas sociales con 55%. En otros temas los resultados fueron:

las opiniones positivas fluctuaron entre 40% y 45% en temas tan importantes como educación, salud, la pandemia de Covid-19 y el combate a la pobreza, mientras que obtuvieron menos del 40% los relacionados con el combate a la corrupción, economía, seguridad y el combate al crimen organizado, este último evaluado con solo 24% de opiniones favorables (Valdés, p. 32).

Otro trabajo en torno a la temática es *Las conferencias mañaneras y el monitoreo de medios* de Patricia Andrade del Cid y Rubén Flores (2021). En este texto los autores analizan la cobertura

que han tenido las conferencias matutinas de los medios tradicionales en sus versiones digitales y portales de noticias de México, tales como Excélsior, Milenio, La Jornada, El Universal, Aristegui Noticias y Animal Político. Realizaron un monitoreo de 1512 noticias acerca de las mañaneras entre el 20 de junio y el 20 de julio de 2019. Analizaron cuestiones como los titulares, las temáticas y cuestionan el discurso populista de Andrés Manuel López Obrador, ya que esto se observa que “el rasgo o característica del discurso populista del Presidente es insumo para la prensa, porque al informar “espectaculariza” la información generando una mayor audiencia, superficial o aficionada, actitud social que afecta nuestra democracia”. (Andrade, p. 154).

Los autores mencionan que el discurso utilizado en las mañaneras cuenta con características claramente populistas, tales como “la actitud, el lenguaje y el estilo utilizado en sus discursos tienen al menos uno de esos tres rasgos, definidos por Walgrave y De Swert (2004) como actos populistas: “antieletismo”, “exaltación del pueblo” (idealizado), “exclusión de los otros”. (Andrade, p. 154). Debido a que en las conferencias ha ocurrido que:

los discursos de esos actos informativos han estado contenidos de constantes denostaciones a personajes, agrupaciones y/o a programas de gobiernos anteriores, con lo que ha terminado por turbar y confundir a la opinión pública y a muchos de los que ven en esos informes propaganda política; y no lo que supone deberían ser: información pública sobre la toma de decisiones (Andrade, p. 154).

En el análisis de este trabajo se dividieron las 1512 noticias que mencionaron las palabras “AMLO” o “Andrés Manuel López Obrador” en dos grupos. El primer grupo fue “AMLO sin conferencias mañaneras” con 1050 noticias. El segundo “Conferencias mañaneras” contó con 462, dentro de las cuales 305 mostraron denostación a la prensa. En los resultados de la primera categoría se muestra:

- Excélsior publicó el mayor número de notas positivas: 142.
 - El Universal emitió el mayor número de notas negativas: 153.
 - Mileno tiene más negativos (146) que positivos (120).
 - Animal Político presenta más negativos y es el que menos positivos presenta.
 - Aristegui Noticias tiene más neutrales y la Jornada tiene más positivos (97).
- (Andrade, p. 163).

Acerca de la Segunda categoría se observan los siguientes resultados:

- Los medios analizados tienen más positivos que negativos, excepto Animal Político.
- Milenio y El Universal que presentan más notas negativas en el análisis global, se muestran positivos respecto a la Conferencia Mañanera (Andrade, p. 163).

Sobre los temas presentes se analizaron 305 noticias que pertenecen a los 14 días donde se identificó que la prensa fue atacada, “siendo el tema de “Seguridad” (43 notas) el más mencionado en las mismas, seguido de “Economía” (37) y “Corrupción” (35)” (Andrade, p. 166). En el rubro del análisis de los titulares “se identificaron rasgos populistas y/o sensacionalistas en el discurso de Andrés Manuel López Obrador, donde se observa una exaltación de la nación y la soberanía idealizada del pueblo” (Andrade, p. 166).

De igual manera, en el artículo *Etnografía de las conferencias de prensa de Andrés Manuel López Obrador y análisis de su lista de reproducción en YouTube (2018-2022)* de Eva Salgado Andrade se realiza un estudio de las conferencias matutinas. Este trabajo se centra en la realización de un análisis de las conferencias matutinas a través de una visión lingüística, ya que la autora lleva a cabo análisis centrados en el acto comunicativo y en aspectos del análisis del discurso que conllevan un desarrollo de ramas de la gramática, tales como un análisis sintáctico, semántico y pragmático.

Al observar a las mañaneras como un acto comunicativo, la autora las describe como “una inusitada estrategia de comunicación política en México y el mundo, por medio de la cual el Presidente interactúa con los medios, otros actores políticos y la ciudadanía” (Salgado, p. 2), y pretende observar de que forma estas influyen sobre la ciudadanía. Se monitoreó de diciembre de 2018 a abril de 2022, se analizaron las miniaturas de los videos de Youtube y los títulos de 848 conferencias guardadas en Youtube.

A modo de resultados se observa que dentro de las palabras más utilizadas el tema de la pandemia fue lo más común:

“Como se puede advertir, “Covid” es la más usual. Le sigue la preposición “contra”, en buena medida determinada por la pandemia, pues la mayoría de los títulos que la incluyen se refieren a la aplicación de la vacuna contra el Covid. “Vacunación” también ocupa los primeros lugares. Además, destacan otras palabras relacionadas con la contingencia sanitaria como “salud” o “epidemia”. (Salgado, p. 17).

De esta forma se puede observer que el tema de la pandemia por el Covid-19 fue el tema principal dentro del tiempo del monitoreo. Si bien, este trabajo se realiza en la plataforma de Yotube, nos sirve para observar un análisis realizado en redes sociales sobre las conferencias matutinas de López Obrador.

2.2 Los megaproyectos y el Tren Maya

Respecto a los megaproyectos propuestos por Andrés Manuel López Obrador encontramos el trabajo *Megaproyectos a consulta: ¿derechos o simulaciones? Experiencias en México* de Giovanna Gasparello (2020). En este texto, la autora habla acerca de los megaproyectos o también

llamados proyectos extractivos, que despojan a las poblaciones de sus recursos y son impuestos por los gobiernos y las empresas con fines de explotación sin tomar en cuenta a las comunidades aledañas a las zonas de construcción de dichos proyectos.

Sin embargo, la autora menciona que bajo la legislación actual que protege los derechos humanos de las comunidades indígenas, está el derecho a una consulta previa. En el artículo Gasparello busca analizar los pros y contras de dichas consultas en los casos de algunos megaproyectos en México, tales como el Tren Maya y el Corredor Transístmico. El término de consulta

apareció con altísima frecuencia en los medios de comunicación y en el debate político de México durante el año 2019 a partir de que el Ejecutivo guiado por el presidente Manuel López Obrador emprendió el uso frecuente de una forma específica de dicha herramienta para legitimar deliberaciones gubernamentales sobre varios proyectos de infraestructura y legislativos (Gasparello, 126).

En conclusión, se observa que la realización de las consultas casi siempre favorecen y apoyan al megaproyecto y que la comunidad no realiza una votación en sí, más bien se trata de una opinión o posicionamiento colectivo. No se trata propiamente de ejercer un voto, con las características de ser libre, secreto e individual. Otro punto es que estas consultas siempre tienden a la manipulación del favorecimiento de la comunidad hacia el megaproyecto:

El resultado de los procesos de consulta indígena, casi siempre favorable al megaproyecto, reside en que no se trata de una votación individual secreta, sino de un complejo proceso de construcción de consenso en el cual las autoridades representativas de los pueblos expresan su opinión —no su voto—, que debería reflejar la opinión consensuada de toda la comunidad, pueblo u organización. El mecanismo se presta a un sinnúmero de manipulaciones, (Gasparello, p. 137).

En *Megaproyectos y conflictos ecoterritoriales. El caso del Tren Maya* de Laura Casanova Casañas se continúa con la observación de los conflictos que conlleva la construcción de los megaproyectos y el despojo de las comunidades que trae consigo una transformación de las comunidades y territorios indígenas en Latinoamérica. En este artículo la autora busca contrastar la visión capitalista neoliberal con la cosmovisión de las culturas indígenas y como choca esto ante las situaciones de despojo por las empresas transnacionales y los proyectos extractivos que únicamente pretenden arrebatar los recursos y el territorio.

La autora toma el caso del Tren maya y dice al respecto:

el caso del Tren Maya, el megaproyecto estrella del actual presidente de México, Andrés Manuel López Obrador, para evidenciar el falso desarrollo que promete la obra ferroviaria para el sureste del país en el marco de la llamada Cuarta Transformación. A través de este conflicto ecoterritorial, que ha despertado la oposición de movimientos sociales e indígenas, se plasmará este choque de visiones y se corroborará el avance de las fronteras extractivas gracias, entre otros aspectos, a la vulneración de derechos humanos como el derecho a consulta del Convenio 169 de la OIT. (Casanovas, p. 139).

Casanovas menciona que México es “como un país laboratorio de los tratados de comercio internacional que han propiciado la expansión de megaproyectos en el país” (Casanovas, 139). Lo anteriores debido a que México ha firmado “hasta 13 tratados de libre comercio con 50 países. Destaca el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que firmó en 1994 con Estados Unidos y Canadá y que Mónica Vargas define como ‘el tratado de libre comercio más agresivo del mundo’” (Casanovas, p. 144).

Dentro de los megaproyectos de la 4T encontramos al Tren Maya, el cual se ha posicionado como

el más importante del gobierno de López Obrador. Otros megaproyectos son el Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec o el Corredor Transístmico, la refinería de Dos Bocas y el Proyecto de Integración y Desarrollo de Mesoamérica (anteriormente Plan Puebla Panamá). Estos proyectos han resultado polémicos debido al impacto ambiental y social, así como la falta de legalidad en las consultas. Hablando específicamente del Tren Maya, este proyecto impacta en la región del sureste mexicano.

Al respecto de las contradicciones del proyecto del Tren Maya encontramos el artículo *El tren maya en México: un proyecto contradictorio* de Carlos Antonio Rosas Cancelas, Eduardo Andrés Sandoval, David Iglesias Piña y Rafael Fernando Sánchez Barreto. En este texto, de nuevo se observa que el sentido de “desarrollo” que se maneja en el discurso oficial, no comprende las necesidades de los pobladores de la región, ya que históricamente los megaproyectos despojan a estos de su territorio. Respecto a los megaproyectos, el autor menciona:

Este tipo de proyectos permite evidenciar la forma en que las autoridades entienden el sentido de la sustentabilidad y el respeto de las comunidades pues lejos de buscar un equilibrio armónico entre los actores y bienes en cuestión, se prioriza la rentabilidad económica que se puede generar a partir de la puesta en valor de los bienes culturales y naturales de la región, a partir de la creación de empleos, considerando que es a partir de este efecto que se mejorara la calidad de vida de la población, lo cual no solamente evidencia la mirada limitada de reconocer las necesidades de las personas, sino también la manera de continuar trabajando bajo el modelo económico imperante. (Rosas, p. 3349).

En el texto se habla de otro megaproyecto que ocurrió en el territorio maya, se trata de la industria del henequén:

El pueblo maya enfrentó en su historia otro gran megaproyecto: el de la industria del henequén. Un proyecto que trajo un crecimiento económico sin igual, pero que el costo lo pagó nuevamente el pueblo, con la esclavitud y la pérdida de muchos de sus saberes al perder la posesión de la tierra, al desconfigurar su territorio. Una revolución tuvo que llevarse a cabo para recuperar la tierra y configurar de nueva cuenta esta relación con el territorio; la resiliencia del pueblo maya permitió que este patrimonio inmaterial inmensurable se preserve (Rosas, p. 3350).

En conclusión, se observa que el discurso oficial del gobierno de México en torno a la construcción del Tren Maya se inclina por favorecer los intereses económicos de los grupos de poder, más que en beneficiar la calidad de vida de los pobladores y esto se ha observado históricamente a lo largo del despojo de recursos que se ha llevado a cabo en México desde el periodo de conquista y a lo largo del territorio latinoamericano.

2.3 Redes sociodigitales y X (Twitter)

En el texto *De los medios de comunicación de masas a las redes sociales* de W. Lance Benett y Alexandra Segerberg (2014) se habla acerca del papel fundamental que tienen los medios de comunicación en el desarrollo de los movimientos sociales y en el ámbito de la política. Los autores realizan una comparación temporal que muestra el desarrollo del uso de los medios de comunicación en los movimientos sociales, comenzando por los movimientos de la época moderna a principios y mediados del siglo XX, durante ese periodo se utilizaban los medios de comunicación masiva tradicionales. En un segundo periodo pasamos a los movimientos de la

segunda mitad del siglo XX y lo que llevamos del XXI, ligados al uso de los medios digitales y las redes sociales para la conformación y consolidación de los mismos.

De igual manera, en el texto se menciona la influencia que ejercen los medios de comunicación, ya sean tradicionales o digitales, en la sociedad y la formación de comunidades en torno a ciertos temas. Esta influencia se extiende más allá de barreras geográficas con el uso de los medios digitales y las redes sociales, debido a que es posible establecer contacto con personas que viven en otras ciudades a través del internet. También, se comenta que durante la primera mitad del siglo XX hubo avances en el campo de la investigación de la comunicación y su papel en la formación y desarrollo de movimientos sociales, protestas y movilizaciones.

Los principales objetivos con los cuales se realizó la lectura de este texto son los observar el desarrollo de los medios de comunicación, así como su importancia en la sociedad, a través del tiempo. Los medios de comunicación han tenido una evolución que va de la mano con la tecnología y con los diversos procesos de desarrollo de nuestras sociedades, por lo que la lectura se ha llevado a cabo con el afán de entender ese papel fundamental de los medios de comunicación a lo largo del tiempo, sus repercusiones, alcances y llegar a una apreciación más profunda y fundamentada del tema.

La lectura comienza hablando acerca del cambio en los paradigmas de la construcción de los movimientos sociales, menciona que a principios y mediados del siglo XX las protestas sociales se daban a través de medios de comunicación masiva tradicionales y se encontraban ligados a las plataformas institucionales, por lo cual la esfera de creación de dichos movimientos eran de carácter más bien oficial o ligados a instituciones establecidas, ya fueran gubernamentales o compañías mediáticas bien establecidas.

Posteriormente, en la segunda mitad del siglo XX esto cambia y se generan nuevos movimientos sociales cuyo eje medular es la identidad, ya no la institucionalidad. En ese momento y hasta las primeras décadas del siglo XXI, los movimientos sociales se unen por preocupaciones en común, por la lucha de derechos, equidad, los grupos marginados se unen para alzar la voz y pueden hacerlo a través de las plataformas sociales. Como se menciona en el texto:

A medida que las sociedades fragmentadas se ven más agobiadas por una crisis de legitimidad, las poblaciones individualizadas pueden compartir sufrimientos y causas comunes, pero son menos propensas a unirse a organizaciones convencionales o a aceptar las identificaciones colectivas de los marcos de movimiento clásicos. (Bennett y Segerberg, 2014, p.7)

Los medios de comunicación permiten, sobre todo los digitales, que personas que se encuentran en diferentes espacios, ya sean ciudades o incluso países, puedan tener comunicación y así, intercambiar ideas. De esta manera, es posible que se creen comunidades en torno a diversos temas, incluso aunque sus integrantes no se encuentren geográficamente cerca. La influencia de los medios de comunicación en la sociedad de masas se extiende de esta manera y las comunidades son más numerosas.

La lectura menciona que el arbitraje de los medios de comunicación masiva durante la segunda mitad del siglo XX contribuyó a que se pudiera investigar la importancia de la comunicación en la conformación de los movimientos sociales y su importancia en el ámbito político. El de los medios de comunicación en la construcción de los movimientos y la influencia que ejerce en diversos ámbitos, como el político, que es en el que se centra el texto, depende en gran medida del sustrato cultural que conforma la identidad de los participantes en el colectivo.

El carácter masivo de los movimientos más actuales lleva a la cuestión de que hay partes del proceso que no parecen llevar en sí una organización intencionada, ya que es un tipo de organización fragmentada, como se menciona a continuación:

A medida que nos alejamos de los movimientos dirigidos por organizaciones centrales y los líderes se centran en reclamaciones particulares a objetivos institucionales, utilizando lo convencional en las estrategias de los medios, se hace más difícil conectar los repertorios de comunicación con una estrategia organizativa intencionada. (Bennett y Segerberg, 2014, p.12)

De igual manera, la importancia en las contiendas políticas se ha ido dejando de lado cada vez más los medios de comunicación masiva por los medios digitales y las redes sociales. Esto permite que el receptor pueda emitir una respuesta a través de un canal bidireccional y, de esta manera, es posible conocer de primera fuente las opiniones del electorado. Además, del gran alcance a nivel global que tienen en este momento las diferentes redes sociales.

El texto aborda el desarrollo de los movimientos sociales y cómo se encuentran estrechamente ligados con los medios de comunicación, ya sean los medios de comunicación masiva tradicionales o los medios digitales. Resulta sumamente interesante el importante papel que tiene la manera de comunicarse para generar nuevos cambios a nivel social. Con la globalización nuestras fronteras geográficas se han borrado y en cuestión comunicativa podemos intercambiar información con personas de otras naciones a través de las redes sociales y del internet.

El desarrollo de los movimientos sociales a lo largo del siglo XX nos muestra de manera clara la intervención de las tecnologías disruptivas y la manera en la cual las instituciones y la industria mediática tradicional han perdido la hegemonía de la información con la incursión de las redes

sociales. La democratización de la información me parece que tiene puntos favorables y otros que no lo son tanto, sin embargo, es verdad que en la primera mitad del siglo XX el poder sobre la información era de las élites y no se tomaba en cuenta a los otros sectores, eso ha cambiado y las minorías han podido alzar la voz y unir esfuerzos para ser escuchados.

El papel de los medios de comunicación ha sido fundamental en la conformación y en el desarrollo de los movimientos sociales. La organización de los movimientos sociales venía en un primer momento desde las instituciones y los medios de comunicación masiva tradicionales. Sin embargo, esta cuestión cambia conforme avanza la tecnología y tenemos redes que permiten que la información viaje a una velocidad que nunca imaginamos. Con estos avances tecnológicos nacen las redes sociales y con ello se revoluciona la manera en la cual se comunica la sociedad, sobre todo en la esfera pública.

La manera en la cual se relacionan y se comunican las sociedades se observa de manera muy marcada entre la primera y la segunda mitad del siglo XX, con el nacimiento de las redes sociales y la democratización en la difusión de información. Por un lado, las redes sociales y el internet han ayudado a que los grupos marginados puedan construir una voz, ya que los medios de comunicación tradicionales sirven a una élite y únicamente atienden a ese estrato social. Por otro lado, la naturaleza fragmentaria de las redes sociales, la saturación informativa y la carente calidad de mucha información presentada en internet resultan un peligro constante para una sociedad que ha formado un criterio sin bases críticas.

Respecto al uso de redes sociales como una herramienta de iteracción entre usuarios, donde las personas pueden emitir una opinión de manera pública, encontramos el texto *La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia* de Manuel Arias Maldonado (2016). En este artículo, el autor analiza el impacto que han tenido las nuevas

tecnologías de la comunicación, tales como las plataformas o redes sociales en la conversación pública y en la democracia.

Un punto importante en este trabajo es que se observa a los usuarios bajo una concepción de que son sujetos afectivos que tienen emociones, sensaciones preconcebidas y sentimientos que los influyen al momento de comunicarse. Al respecto de lo anterior, Maldonado menciona que las redes sociales hacen posible el diálogo multidireccional o poliálogo ciudadano, ya que alude a su carácter afectivo:

son un medio particular de comunicación caracterizado por su afectividad, o lo que es igual, por servir como vehículo privilegiado de transmisión y difusión de contenidos afectivos y para la consiguiente formación de públicos afectivos que se relacionan emocional y expresivamente con los asuntos públicos de su interés o hacia los que su interés es atraído mediante el contagio viral propio de las redes. (Arias Maldonado, p.30).

De esta forma, Arias Maldonado presenta esta perspectiva acerca de que los usuarios tienen una carga afectiva previa que los hace reaccionar de diversas formas ante ciertos eventos y esto se encuentra presente en la generación de sus opiniones y comentarios en el plano digital, por ejemplo través de las redes sociales.

Centralmente para este estudio se pretende la utilización de datos tomados específicamente de la red sociodigital Twitter, por lo que como antecedentes de trabajos de investigación referentes al análisis de información extraída de esta red social encontramos textos tales como *Análisis del hashtag #MeQuedoEnCasa: la conversación digital por Twitter ante la emergencia producida por la COVID-19*, de Cristina Vela Delfa, Lucía Cantamutto y Marian Núñez llevado publicado

en 2021. Este trabajo nos llama la atención por la formación en lengua y literatura hispánicas de las autoras al estudiar los discursos emitidos con el hashtag #MeQuedoEnCasa en Twitter,

En este trabajo, las autoras realizaron un análisis de la conversación digital en España en torno al hashtag #MeQuedoEnCasa presente en los comentarios de Twitter durante el periodo del 20 al 27 de marzo de 2020, momento en el cual se encontraba el confinamiento por la pandemia del Covid-19. Para este estudio realizaron una combinación de técnicas de minería en social media y estrategias cualitativas de análisis lingüístico.

La metodología de este análisis se dividió en tres etapas, la primera fue la creación del corpus de tweets para analizar, la segunda constó de un análisis cuantitativo de los datos recolectados y la tercera fue un análisis cualitativo de una muestra más pequeña elegida de manera aleatoria del corpus. Se revisaron 9712 tweets con el hashtag #MeQuedoEnCasa generados durante las fechas del monitoreo.

En los resultados se observan comentarios de corte político en contra de las decisiones del presidente de España y se observaron los resultados de los análisis de sentimientos que mostraron mayormente cansancio y agotamiento por estar sin salir de casa y los resultados se inclinan hacia una polaridad emocional positive y se observaron las siguientes tendencias:

- 1) que los tuits más retuiteados mantuvieron una orientación emocional positiva;
- 2) que las cuentas oficiales o cuentas más influyentes también inclinaron su producción discursiva hacia la polaridad positiva, y 3) que los tuits manifestaron una difusión baja, es decir, circularon en una comunidad poco cohesionada. (Vela, 381).

Otra investigación centrada en el análisis de hashtags a través de esta misma red social es *La*

'Spanish Revolution' en Twitter: Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España, realizada en la Universidad de Huelva en 2015 por Estrella Gualda, Juan Diego Borrero y José Carpio Cañada. Esta investigación se centra en el movimiento social de los desahuciados en España y se basa en el estudio del hashtag #SpanishRevolution.

Para la realización de este trabajo los autores monitorearon los tweets publicados entre el 10 de abril de 2013 y el 28 de mayo de 2013 relacionados al tema. Se extrajo un corpus de 499,420 tweets donde se analizó el hashtag de #SpanishRevolution buscando relaciones con el tema de los desahucios y se observaron los microdiscursos producidos y la difusión del movimiento por la red. En los resultados se observa la relación con el hashtag #15M, así como:

señalan, al trabajar con una submuestra de tweets que contienen el hashtag 'SpanishRevolution', que este está temática y fuertemente conectado con otros que destacan por su gran acento en luchar contra el gobierno y sus políticas educativas, sanitarias o en relación a la vivienda y la economía. Se pone también el acento en la movilización por motivos políticos como luchar contra el bipartidismo, y contra la corrupción, así como la defensa del anti-liberalismo y el anti-capitalismo. (Gualda, p. 19).

En estos trabajos podemos observar la relevancia de trabajar con los discursos producidos a través de las redes sociales, ya que aportan una gran cantidad de información y datos que pueden ser analizados por medio de herramientas cuantitativas y cualitativas aportando información acerca de la opinión pública y observar para dónde se inclina. En los estudios presentados se observa una metodología que se decanta por usar datos de la red social Twitter, actualmente X.

2.4 Populismo y Polarización

Referente a la literatura consultada para este apartado, comenzamos con el trabajo *Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México* del investigador de la Universidad Autónoma de Querétaro, Rodolfo Sarsfield (2023). En este estudio el autor lleva a cabo un análisis textual de los posteos de AMLO en Facebook y de los comentarios de los usuarios a estas publicaciones para observar la relación entre la narrativa populista en el discurso en las publicaciones de López Obrador con la polarización presente emitida por los usuarios.

El periodo de recolección de datos de la investigación se llevó a cabo por doce meses, desde el 1 de diciembre de 2021 al 1 de diciembre de 2022 y se analizaron 369 publicaciones de López Obrador y 20,944 comentarios emitidos por los usuarios. El autor menciona referente a la relación causal entre la narrativa populista de los posteos de AMLO y la polarización afectiva en los comentarios que:

Los resultados muestran que los comentarios a los posteos de López Obrador son significativamente más polarizados cuando sus publicaciones exhiben un mensaje negativo sobre la “élite” que cuando muestran un mensaje con una mención al “pueblo”. Las alusiones a una “élite corrupta” parecen desencadenar una gran polarización afectiva en las redes sociales. (Sarsfield, p. 13).

Otro trabajo que fue realizado en la Universidad Autónoma de Querétaro es la tesis titulada *¿Deliberación o polarización? Análisis del #MeToo en Twitter* de Katia Flores Benítez en el 2022. En este estudio se analiza el movimiento con el hashtag #MeToo en Twitter y la polarización o deliberación generada en torno a este tema. La recolección de datos fue del 16 de Agosto de 2019 al 9 de marzo de 2020 y se realizaron análisis con metodologías de

corte cualitativo y cuantitativo haciendo uso del análisis textual. En los resultados se encontró que hay una gran cantidad de polarización entre los usuarios y poca deliberación, lo que significa poco intercambio argumentativo entre los usuarios que usan este hashtag.

Un trabajo acerca del tema es el texto *Polarización como base del populismo, el caso de México* de Alberto J. Olvera (2021). En este trabajo se analiza la polarización política en el contexto mexicano. El texto se conforma de los siguientes apartados, el primero habla acerca de la transición a la democracia, el segundo se analiza cómo López Obrador construyó el discurso de la lucha democrática y se transformó en el encargado de un proyecto nacionalista construyendo un discurso populista.

Finalmente, en la tercera parte se observa que ha buscado acentuar la polarización para legitimar su gobierno, atacando y desmatelando dependencias e instituciones gubernamentales, buscando hacer un tipo de estado informal y en el último apartado se observa que la polarización desde su poder ignora las agendas de la sociedad y debido a esto se comienza a dar una deslegitimación pronta del proyecto de gobierno de AMLO. A modo de conclusión, se observa que “la polarización que induce el presidente López Obrador a partir de su concepción amigo-enemigo de la política, alimentada por sus fieles más radicales, reduce hasta casi la desaparición los espacios de diálogo propios de la democracia” (Olvera, p. 134).

Acerca de la polarización presente en las conferencias matutinas encontramos en trabajo *Odio, polarización social y clase media en Las Mañaneras de López Obrador* de David Ramírez Plascencia, Rosa María Alonzo González y Alejandra Ochoa Amezquita en 2022. En este trabajo se analiza cómo el odio es un elemento que se utiliza en el discurso de los políticos populistas, como AMLO, que ha utilizado las conferencias matutinas como su estrategia mediática que sirve

para compartir sus acciones y también señalar a los enemigos de su gobierno haciendo uso del discurso populista:

una conferencia matutina en la que se informa sobre la agenda presidencial, sin embargo, este espacio ha servido también para exculpar a sus familiares y militantes de su partido, así como para criticar a periodistas, organizaciones sociales, opositores y, desde el segundo semestre de 2021, a la clase media mexicana.(Ramírez, p. 84).

El artículo estudia la construcción del discurso en torno a la idea de la clase media que López Obrador ha construido a través de su discurso en las conferencias matutinas haciendo uso del llamado resentimiento social para atacar a los que considera enemigos de su proyecto de gobierno. Los autores mencionan que los resultados muestran que los gobiernos de corte populista utilizan los estereotipos, el resentimiento social y un tipo de interpretación de la historia del país para construir el discurso y la imagen de quiénes son los enemigos, acosar a los que están en contra de sus deseos y lograr la aprobación a nivel público. El texto analiza el populismo dentro de las conferencias matutinas, por lo que muestra el papel del populismo en la construcción de ese enemigo en común y de esa construcción de la identidad nacional populista que identifica a ese otro como amigo o enemigo.

Un trabajo más acerca de la polarización causada por AMLO, es *¿La “grieta” mexicana? La polarización de la opinión pública en la era de Andrés Manuel López Obrador y del COVID19-19* de Jaime Aragón Falomir y Juan Bautista Lucca en 2020. Este trabajo se basa en la polarización presente en el gobierno de López Obrador en el contexto de la pandemia a través de su gestión y el desarrollo de la opinión pública en torno a sus decisiones en ese momento crítico.

En el estudio los autores proponen analizar la forma en la que se identifica el ciudadano, como se construye esa identidad del nosotros en contra de los que vendrían a ser los otros, los enemigos y de esta manera tomar un rol ya sea a favor o en contra de López Obrador, eres amigo o eres enemigo. A modo de conclusión, los autores mencionan que:

si bien AMLO es en si un actor político que polariza la población entre defensores y detractores, dicha polarización ha sido manejada, durante la crisis del coronavirus, como punta de lanza de sectores inconformes (políticos, medios de comunicación y opinión pública). Aunque su apoyo sea todavía elevado, la minoría enconada acoge cada vez más a sus eternos enemigos y, contribuye, a absorber aquellos insatisfechos con su gestión de la pandemia, inaugurando así la grieta Mexicana (Aragón, p. 228).

A lo largo de la revisión de la literatura se ha observado la narrativa populista que utilizó López Obrador para construir la identidad de su gobierno y de su imagen como representante de ese gobierno que ha llamado la cuarta transformación. En el apartado referente a los megaproyectos y al Tren Maya se observa en algunos trabajos los temas del populismo y la polarización presentes en la justificación de dichas obras y en las reacciones causadas dentro de la ciudadanía y los usuarios de las redes sociales. De igual manera, en el apartado de redes sociales observamos ejemplos acerca de trabajos de investigación en torno a la red social de Twitter y que es relevante el análisis de datos extraídos de las redes sociales para conocer la opinión pública respecto a temas relevantes, como lo es la construcción del Tren Maya.

Capítulo 3. Marco teórico-conceptual

A lo largo de este capítulo, referente al marco teórico de la investigación, se desarrollan los conceptos que sirven de eje para este estudio, los cuales son el populismo y la polarización. Referente al populismo, se hace un desarrollo de la discusión histórica de este fenómeno y se aterriza en el concepto del populismo ideacional. Este enfoque de populismo ideacional se centra en el aspecto discursivo del populismo, emitido dentro de la retórica de los líderes populistas resultando adecuado para este estudio.

Para la redacción del tema de populismo en el documento de la tesis de utilizaron primordialmente las reflexiones de Cas Mudde y Cristóbal Rovira Kaltwasser. Para el desarrollo del concepto de populismo ideacional se utilizan a los autores antes mencionados y las investigaciones de Rodolfo Sarsfield y Kirk Hawkins. Posteriormente, se desarrolla el tema de la polarización, la cual resulta en una consecuencia del discurso emitido bajo el enfoque ideacional del populismo.

3.1 Populismo

Al investigar acerca de la definición del populismo se menciona en diversas lecturas del tema que se trata de un concepto polisémico, ya que ha sido un tópico que cuenta con diversas formas de definirlo y no como un concepto como tal, más bien como un fenómeno que se va presentando en diversos territorios. De igual forma, Mudde y Rovira (2019) mencionan al respecto que se trata de un tema controvertido:

Si bien es cierto que cualquier concepto importante está sujeto a debate, el que hay en torno al populismo no sólo se centra en qué es, sino también en su propia existencia. Estamos, sin lugar a dudas, ante un concepto esencialmente controvertido (p. 20).

En su misma definición es controvertido y más que una definición como tal de diccionario, nos encontramos ante el intento de los teóricos por definir un fenómeno que se ha presentado en los ambientes políticos de diversas regiones a lo largo del mundo, tales como Europa, Estados Unidos y América Latina. En este intento de definición Frei y Rovira (2008) mencionan:

La historia del concepto ‘populismo’ se podría condensar rápidamente en dos términos: imprecisión y ambivalencia. De hecho, uno de los consensos más importantes de científicos políticos, historiadores y sociólogos que se han adentrado en este tema, es que el concepto tiene una dificultad inherente para ser definido con rigurosidad (p.118).

Este carácter ambivalente en la conceptualización del populismo se observa en la posición desde la cual se observa, debido a que puede ser visto desde un lado que tiende a lo peyorativo o, por otro lado, a lo positivo y esto le otorga este valor polisémico y tan complejo de definir. De forma negativa se relaciona con régimes autoritarios, militarizados y con tintes fascistas. Desde el punto de vista positivo es asociado con la democracia, debido a que da peso a la decisión de las mayorías. Se menciona acerca de esta ambivalencia:

Respecto a la posición del populismo en el sistema político, este transita continuamente en ser caracterizado como un régimen autoritario o uno democrático. Se le ha asociado con el fascismo (Di Tella 1993: 544, en Savarino 2006: 10) y se le emparenta con el militarismo (Ramos 1988: 48), aunque también ha sido definido como compatible con la democracia en la medida que asegura el derecho de las mayorías (Worsley 1969:

302). Por ello, algunos han señalado su carácter híbrido, vale decir, que se sitúa en una zona gris entre un régimen autoritario y uno democrático (Frie y Rovira, 2008, p.119).

Por este carácter híbrido del fenómeno, observamos diversos enfoques que aportan a este debate teórico-conceptual acerca del tema. Frie y Rovira (2008) proponen tres fases en la concepción del populismo dentro del estudio de las ciencias sociales. La primera es el populismo como movimiento político, la segunda como etapa de la modernización latinoamericana y la tercera como una lógica de acción política. Los criterios que tomaron en cuenta para clasificar estas fases fueron la época, los gobiernos o regímenes usados como referencia y las definiciones propuestas.

La primera fase, la del populismo como movimiento político, se sitúa entre finales del siglo XIX e inicios del XX y tiene como referencia a los movimientos revolucionarios de la Rusia zarista y el movimiento agrario de Estados Unidos, la *People's party* en 1891. Dentro de esta primera fase se define el populismo de la siguiente manera:

el concepto de populismo puede ser definido en esta primera fase del siguiente modo: se trata de determinados movimientos sociales que se basaron en ideologías agrarias y que apelaron una participación directa del pueblo. Desde un ángulo teórico, resulta particularmente interesante el uso de la noción de 'pueblo', ya que mediante el recurso a esta categoría semántica se proyecta una imagen romántica de sociedad, con una valoración intrínseca al pasado que se caracteriza por la afirmación de la autodeterminación de las comunidades y por la demanda de una relación directa entre gobernados y gobernantes. (Frie y Rovira, 2008, p. 121).

En esta fase se observa el populismo no como una cuestión negativa, ya que estos grupos se autodefinían como populistas y al oponerse a procesos de modernización se les tomó como reaccionarios a favor de la gente. Los ejemplos para esta primera fase de movimientos políticos

son los llamados Narodniki de Rusia y el partido del pueblo en Estados Unidos, como mencionamos anteriormente.

La segunda fase, la etapa del populismo como etapa de la modernización latinoamericana, ocurre entre la crisis económica de 1929 y la llegada del neoliberalismo a comienzos de 1980. En esta fase se toman como ejemplos los gobiernos de Juan Domingo Perón en Argentina y los de Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek, Janio Quadros y Joao Goulart en Brasil entre 1945 y 1964. En esta categorización el populismo es una fase de transición de una economía del sector agrario al industrial de los países latinoamericanos y en estos momentos aparece la imagen del líder carismático que busca representar y dar voz al pueblo bajo regímenes autoritarios o semiautoritarios. En esta fase resulta importante la propuesta del sociólogo Gino Germani:

Más allá de las diferencias entre los países, para comprender la particularidad de este contexto histórico resulta reveladora la obra del sociólogo italo-argentino Gino Germani, quien define al populismo como un singular fenómeno latinoamericano del período entre la primera y la segunda guerra mundial. Para Germani el populismo latinoamericano representa una fase de transición de la sociedad tradicional a la moderna, la cual encuentra su motor de transformación en la configuración de lo que él llama un ‘movimiento nacional popular’. Este movimiento multiclassista generó tal grado de movilización de las masas, que la capacidad de integración del Estado se vio sobre pasada y así emergió una lucha constante por la redistribución (Frie y Rovira, 2008, p. 123).

La tercera fase, el populismo como una lógica de acción política, data de finales de la Guerra Fría y “el escepticismo frente a una consolidación global de la democracia” y toma como ejemplos a algunos gobiernos de América Latina, como el de Alberto Fujimori en Perú y en Europa del este

el de Vladimir Meciar en Eslovaquia. En esta fase el populismo se observa como un tipo de lógica de la política que establecen los regímenes democráticos y se caracteriza por interrumpir el poder de liderazgo de los líderes carismáticos que no están bajo los mecanismos de control de las instituciones y usan métodos para influir a la acción social. Resulta importante al respecto de estos ejemplos que:

Pero estos regímenes presentan además otra característica relevante: ellos propiciaron la privatización de empresas públicas, la flexibilización del mercado laboral y la disminución de los aranceles a las importaciones, con lo cual perdió validez la frecuente demonización de los economistas frente al populismo en cuanto sistema de dilapidación de las finanzas públicas (Frie y Rovira, 2008, p. 126).

Con lo antes mencionado, se observa que el populismo no es un fenómeno exclusivamente de gobiernos llamados de izquierda, también se encuentra presente en los de derecha:

El análisis de estos nuevos regímenes a través del concepto de populismo implicó un giro radical de lo que usualmente se entiende por éste. A partir de entonces ya no queda duda que el populismo se puede dar tanto en gobiernos de izquierda como de derecha y que puede echar raíces tanto en América Latina como en Europa. (Frie y Rovira, 2008, p. 126).

A nivel teórico se mencionan tres aspectos que resultan importantes para el estudio de este fenómeno dentro de la visión de la lógica de la acción política:

Principalmente en los años noventa y a principios de siglo XXI, el populismo empieza a ser considerado como una lógica de acción política aplicable a diversos modelos ideológicos y que se caracterizaría por tres rasgos fundamentales. Primero: un estilo

político basado en un estrecho vínculo entre los líderes políticos y sus seguidores (Knight 1998: 226; Canovan 1999: 5). Segundo: una temporalidad donde se proclama la utopía de las soluciones instantáneas a los problemas de larga data (Hermet 2003: 12). Y tercero: el desarrollo de una estrategia de obtención y ejercicio del poder a través de la cual un líder carismático gobierna sin contra-balance de las instituciones propias del Estado de Derecho (Frie y Rovira, 2008, p. 126).

En esta tercera fase se observan rasgos importantes respecto a una mezcla de elementos presentes en las otras fases del populismo, pero que aquí se encuentran dentro de la democracia y contienen el aspecto del líder carismático:

En síntesis, lo que los clásicos teóricos latinoamericanos vieron como algo externo al populismo, en esta tercera fase se pone como punto medular de la interpretación: se abandona la centralidad de los factores socio-económicos, para concentrarse en la lógica de acción política del populismo. De tal manera, dentro de esta fase se puede definir al populismo como aquella lógica que tiende a formar coaliciones heterogéneas mediante un liderazgo carismático y paternalista, el cual no sólo recurre a métodos redistributivos o clientelares para mantener el vínculo con el electorado, sino que también actúa dentro de los marcos generales de la democracia liberal y al mismo tiempo tiende a presentar rasgos autoritarios que se desacoplan de los sistemas de control institucionales. (Frie y Rovira, 2008, p. 127).

Como se ha podido observar, la definición del fenómeno del populismo ha sido problemática y al ser un término polisémico, se ha presentado en diversos contextos y momentos, llevando a un debate teórico más que a una definición como tal. Después de este breve recorrido histórico y conceptual acerca del populismo, se mencionan a continuación los enfoques mencionados por

Mudde y Rovira (2019) para desembocar en el populismo ideacional, que es el enfoque que se utiliza para esta investigación.

Mudde y Rovira (2019) comienzan con el enfoque de la agencia popular, el cual “sostiene que el populismo es una forma democrática de vida que se construye a través de la participación de la gente en la política” (p. 21), debido a que se observa como una fuerza que da poder de movilización a las mayorías y con esto se conforma una democracia comunitaria. Fue popular entre los historiadores e intelectuales que estudiaron el fenómeno a finales del siglo XIX.

El siguiente enfoque es el de Ernesto Laclau, aquí el populismo es emancipador y fundamental para la política y “puede contribuir a lograr la democracia radical al reintroducir el conflicto en la política y fomentar la movilización de los sectores excluidos de la sociedad con el objeto de modificar el statu quo” (p. 22). El enfoque de Laclau mantiene su vigencia dentro de la rama de la filosofía política y “es el soporte de los denominados ‘estudios críticos’, así como de los estudios de las políticas de Europa occidental y América Latina” (p. 21).

Posteriormente, está el enfoque socioeconómico, el cual fue muy utilizado en los años entre 1980 y 1990 para los estudios sobre el tema. Este enfoque observa la economía bajo la visión populista como una serie de gastos provenientes de erario público para solventar programas sociales. Al respecto:

Economistas como Rudiger Dornbusch y Jeffrey Sachs entendieron el populismo fundamentalmente como un tipo de política económica irresponsable, caracterizada por un primer período de gasto masivo financiado por la deuda externa, y seguido de un segundo período marcado por la hiperinflación y la adopción de duros ajustes económicos (Mudde y Rovira, p. 22).

Mudde y Rovira mencionan dos enfoques más recientes. En el primero de estos se habla del populismo como una estrategia política utilizada por un líder carismático que busca el apoyo de sus seguidores de manera directa y sin intermediarios. Aquí se menciona que:

el populismo implica la emergencia de una figura fuerte y carismática, que concentra el poder y mantiene una conexión directa con las masas. Visto desde esta perspectiva, el populismo no puede perdurar en el tiempo, puesto que, tarde o temprano, el líder morirá, y será inevitable que el proceso de su sustitución sea un proceso disputado (p. 22).

El siguiente enfoque observa el populismo como un tipo de política mediática en la que los líderes, actores políticos y partidos buscan movilizar a las masas a través de mostrarse cercanos a ellos o a lo que consideran como popular. Se observa de este enfoque que:

es muy popular en los estudios de comunicación (política) y en los medios de comunicación. Según esta interpretación, el populismo alude a una conducta política amateur y poco profesional que aspira a maximizar la atención mediática y el respaldo popular. Saltándose el código de la vestimenta y la corrección del lenguaje, los actores populistas pueden presentarse no solo como diferentes y novedosos, sino también como líderes audaces que están del lado del “pueblo” en oposición a “la élite” (p. 23).

Como se ha observado, el populismo es un fenómeno difícil de definir, pero que ha sido sumamente debatido dentro de las ciencias sociales a lo largo del tiempo, presentándose en diversos territorios y continentes. El enfoque que se utiliza para esta investigación es, como mencionamos anteriormente, el populismo ideacional. A continuación se explica este concepto y la forma en la que tiene relevancia para esta investigación.

3.1.1 Populismo ideacional

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el populismo es en sí un fenómeno controversial y difícil de definir de una única forma debido a los múltiples escenarios dentro de los cuales se ha desarrollado a lo largo de la historia y dada la discusión de los teóricos en torno a sus diferentes aspectos. En esta parte del capítulo se habla específicamente del enfoque ideacional del populismo, el cual se centra en el aspecto discursivo del mismo. Respecto a esto Hawkins menciona:

There are four principal definitions of populism used in the social sciences today: structural, economic, political-institutional, and discursive [...] The fourth definition, and the focus of this article, is the discursive one. It sees populism as a Manichaean discourse that identifies Good with a unified will of the people and Evil with a conspiring elite. This definition is more common to the study of populism in Western Europe and the United States but is largely unknown to mainstream political science because of its association with antipositivist currents within postmodernism. (Hawkins, 2009, p. 1042).

De igual manera, acerca de la definición de este enfoque ideacional del populismo, Mudde y Rovira en su libro *Populismo* mencionan este carácter discursivo e ideológico: “En la última década, un creciente grupo de científicos sociales han definido (al enfoque ideacional) como un discurso, una ideología o una cosmovisión.” (Mudde y Rovira, 2009, p. 24).

Como se ha mencionado anteriormente, “el populismo parece ser un concepto esencialmente controvertido [...] Es posible que no se llegue rápidamente a un consenso sobre la definición del populismo. Sin embargo, el enfoque ideacional enfatiza la dimensión discursiva del populismo” (Sarsfield, 2023, p. 15). Esta visión del populismo se define como:

Según la definición ideacional del populismo, una narrativa es populista si se caracteriza por una cosmología maniquea que divide a la comunidad política entre un *pueblo*, concebido como una entidad homogéneamente virtuosa, y una *élite*, pensada como una entidad homogéneamente corrupta (Hawkins y Rovira Kaltwasser, 2019; Mudde, 2004 citado en Sarsfield, 2023, p. 13).

Bajo este enfoque ideacional, el populismo se observa a través de la división dentro del discurso de los líderes con una ideología que tiende a hacer esta división entre la gente, que es el pueblo que es bueno o puro y que tiene a manera de “enemigos” a aquellos agentes que confoman las élites o cúpulas de poder de una forma corrupta y que resultan negativos para estas personas que conforman al pueblo bueno, humilde y honrado a través de sus intereses propios que resultan viles, por ejemplificarlo de alguna manera. Respecto a esto se observa que:

La definición de populismo propia de este enfoque propone que un discurso es populista si, a partir de una cosmovisión maniquea y moral de la política, reúne las siguientes condiciones: *i)* la proclamación de un *pueblo* como una comunidad homogénea y virtuosa; y *ii)* la representación de una *élite* como una entidad corrupta y egoísta (Hawkins y Rovira Kaltwasser, 2019, p. 3). (Sarsfield, 2023, p. 16).

El discurso populista ideacional se conforma bajo una visión de carácter moral que generaliza dentro de su retórica a estos agentes que son el pueblo bueno y virtuoso por un lado y la élite corrupta por otro. Es importante resaltar la cuestión que menciona Hawkins en la siguiente cita acerca de cómo observar el populismo dentro de su dimensión discursiva, ya que precisamente se trata de un conjunto de ideas y no de acciones que devienen de una ideología que permea a una sociedad, la cual bajo el carácter maniqueo del populismo ideacional puede desembocar en una

manipulación del discurso ideológico: “see it as a set of ideas rather than as a set of actions isolated from their underlying meanings for leaders and participants” (Hawkins, 2009, p. 1043).

Este enfoque ideacional de populismo es el que resulta relevante para la realización de esta investigación, ya que se busca codificar y encontrar estos elementos dentro de la retórica discursiva del presidente Andrés Manuel López Obrador y relacionarlos con los niveles de polarización presentes o no en los comentarios y analizar esta polarización como una consecuencia de la retórica populista del presidente López Obrador.

3.2 Polarización

Del mismo modo que el populismo, la polarización es un concepto complejo, ya que existen varias definiciones dentro de los estudios de la ciencia política. “Así, diferentes autores como Alan Abramowitz, James Druckman, Morris Fiorina, Shanto Iyengar, Yphtach Lelkes, Matthew Levendusky, Jennifer McCoy y Kenneth Roberts, entre otros, han propuestos distintas conceptualizaciones de la polarización” (Sarsfield, 2023, p. 17). Resulta muy interesante que han surgido definiciones de la polarización generando diferentes tipos, al respecto menciona Sarsfield:

Dadas la expansión de los procesos de polarización en diferentes regiones del mundo y la multidimensionalidad inherente al fenómeno (Roberts, 2022), ha habido una proliferación de formas o tipos alternativos del concepto, incluidos varios ejemplos de polarización “con adjetivos” (Roberts, Sarsfield y Moncagatta, 2023), tales como *polarización social* (McCoy y Rahman, 2016), *polarización afectiva* (Iyengar, Sood y Lelkes, 2012) y *polarización perniciosa* (McCoy y Somer, 2019). Para complicar aún más el paisaje conceptual, otros autores proponen las ideas de *polarización social*

(García-Guadilla y Mallen, 2019), *polarización geográfica* (Rohla et al., 2018) y *polarización populista* (Enyedi, 2016). La falta de consenso y el carácter multidimensional de la polarización se tornan evidentes cuando se examinan estas diferentes definiciones de aquel concepto. (Sarsfield, 2023, p. 17).

Antes de continuar, resulta importante dar alguna idea de definición de la polarización. Respecto a una aproximación para definir este concepto, la polarización se denomina como:

En términos básicos, polarización se refiere a la división de la sociedad en campos antagonistas cada vez más alejados [...] Las definiciones tradicionales de polarización se han enfocado en la dimensión espacial del concepto. Como bien reseña Jennifer McCoy en su artículo en este dossier, durante muchos años la ciencia política definió polarización como la distancia ideológica entre votantes o partidos. (Gamboa y Jaramillo, 2022, p. 8).

Partiendo de esta definición general en la literatura se explica que esta definición pasa a ser considerada como la polarización de tipo ideológico.

Esta definición es lo que la literatura más reciente ha denominado: polarización ideológica. Un país se considera ideológicamente polarizado si sus élites o sus ciudadanos tienen posiciones radicales a los extremos del espectro ideológico (Sartori, 1983). La literatura más reciente —particularmente en Estados Unidos— se ha enfocado en el conflicto grupal (Gamboa y Jaramillo, 2022, p. 8).

En términos generales, se puede observar que la polarización se encuentra determinada por una división entre los grupos sociales, mayormente radical, de un polo al otro y que representa ciertas ideologías que conforman el estatus de estos grupos. Una vez que se ha hablado de la polarización

como un concepto de manera general, resulta importante mencionar que en este afán por definir y teorizar la polarización, han surgido en la discusión teórica varios tipos de polarización especificando ciertos rasgos y manteniendo la idea de división entre polos.

Encontramos tipos de polarización tal como el antes mencionado, la polarización ideológica, la polarización social, la polarización perniciosa o la polarización afectiva que es el enfoque que se toma para este estudio y de la que se habla más adelante. Como es observable, todos los tipos de polarización comparten la médula de extremos sociales poniendo el foco en diferentes elementos, pero con la misma esencia, como mencionan Gamboa y Jaramillo en la siguiente cita, la división entre un “ellos” y un “nosotros”:

Al enfocarse en la dimensión constitutiva del concepto (es decir, cómo se forman esas divisiones), ellos ven la polarización como un proceso de sorting (Layman & Carsey, 2002; Mason, 2018); de simplificación de la política de clivajes transversales a clivajes unidimensionales que refuerza las similitudes intragrupales y aumenta las diferencias intergrupales a un punto tal que las personas empiezan a percibir la política y la sociedad en términos de “nosotros” vs. “ellos”. (Gamboa y Jaramillo, 2022, p. 7).

3.2.1 Polarización afectiva

La polarización afectiva es el tipo que atañe para la realización de este estudio, por lo cual se definirá a continuación este enfoque. Ya se ha explicado en el apartado anterior el concepto de polarización de forma general, ahora bien la polarización afectiva “se refiere a una situación en la que hay fuertes sentimientos positivos intragrupales acompañados de fuertes sentimientos negativos intergrupales” (Gamboa y Jaramillo, 2022, p. 8). Como lo menciona el adjetivo que

acompaña el nombre de este concepto, se refiere a la afección de los grupos participantes que chocan dentro de la polarización. Al respecto de este enfoque se explica:

es definido aquí como la existencia de una intensa afinidad entre los miembros de un mismo grupo social, al mismo tiempo que una intensa hostilidad hacia otros grupos sociales (Cárdenas, 2013; Esteban y Ray, 1994), y es equivalente a lo que una tradición denomina como *polarización afectiva* (véase, por ejemplo, Iyengar et al., 2019; Iyengar, Sood y Lelkes, 2012; Druckman y Levendusky, 2019; Levendusky, 2009). La noción de polarización afectiva se basa en el concepto clásico de distancia social (Bogardus, 1947) y alude a “no solo un sentimiento positivo hacia el propio grupo, sino también a un sentimiento negativo hacia aquellos que se identifican con otros grupos” (Sarsfield, 2023, p. 17).

En este enfoque es importante la cuestión afectiva dependiendo del polo en el que se encuentre el grupo social y se recalca que no se trata solamente de una afinidad intensa por el grupo en cuestión y sus principios ideológicos, también muestra un rechazo hostil e intenso hacia el grupo contrario desde la misma afección. Se trata de un tipo de “polarización política en la que predominan actitudes de favoritismo por el propio grupo y desprecio hacia el grupo rival. Este nuevo concepto nace en un escenario de fuerte tensión entre grupos políticos rivales en diversas democracias modernas” (Freidin et al, 2022, p. 37).

Se toma este concepto de polarización afectiva, “dado que un sentido exclusivo de pertenencia a un grupo puede producir antagonismo hacia otros grupos, tal sentido puede conducir a que surja conflicto entre ambos grupos como consecuencia” (Sarsfield, 2023, p. 18). Por lo antes mencionado es que se toma este enfoque, ya que el caso de estudio elegido para esta investigación

se centra en el caso mexicano, donde se encuentran grupos polarizados a favor, así como en contra del gobierno de Andrés Mnauel López Obrador.

La relación entre el populismo como causa y la polarización como una consecuencia de una narrativa populista, resulta de suma importancia para comprender los mecanismos que la generan y conforman.“Entender cómo se da esa división y qué tanta distancia hay entre estos grupos antagónicos es esencial para comprender el fenómeno de la polarización, su relación con el populismo y su impacto en la democracia” (Gamboa, 2022, p. 8).

Capítulo 4. Metodología

En el presente capítulo se explica el diseño metodológico utilizado para la realización de esta investigación, así como el proceso para la recolección y el análisis de los datos, el tipo de estudio, la población, las variables y las categorías de análisis del instrumento de recolección de datos. Debido a la naturaleza del estudio fue necesario tener un enfoque metodológico mixto, ya que en algunas etapas resultó necesario utilizar una metodología cualitativa y en otras una cuantitativa.

Esta fase de la investigación tiene dos partes principales para la recolección y el posterior análisis de los datos que parten de los dos ejes primarios que son populismo y polarización. En este estudio se busca saber si los posteos populistas en torno al tema del Tren Maya en la cuenta de la red social X de Andrés Manuel López Obrador generan más comentarios polarizados o no que los posteos no populistas haciendo una correlación entre las variables para responder la pregunta de la investigación.

En un primer momento se realizó una base de datos para el análisis del eje del populismo y 124 bases de datos para el eje de polarización, contando con un total de 125 bases de datos y haciendo uso de método del análisis textual humano para hacer medibles los datos obtenidos a través de textos. En los siguientes apartados se explica con mayor detalle cada fase del proceso y del diseño de la metodología.

4.1 Tipo de estudio: Enfoque mixto dominante en lo cuantitativo

El enfoque elegido para esta investigación es mixto con un peso mayor en lo cuantitativo. El enfoque mixto “implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (Hernández Sampieri, p. 565). Según Hernández-Sampieri:

los métodos mixtos “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández-Sampieri, p. 567).

Como se ha mencionado anteriormente, el diseño metodológico utilizado en esta investigación se basa en un método mixto con una carga mayor en lo cuantitativo. Esta es una cualidad de los métodos mixtos, ya que se puede dar más peso a lo cualitativo o a lo cuantitativo según sea más apropiado para resolver la problemática de la investigación. Referente a esto, Hernández-Sampieri menciona que la investigación mixta se visualiza “como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo “peso”. (Hernández-Sampieri, 567).

La recolección de datos para la creación de las bases de datos para el análisis de los dos ejes centrales de la investigación partieron de este enfoque utilizando métodos cuantitativos y cualitativos en su conformación. Para la base de datos matriz, la cual responde al tema de populismo, se determinó un criterio de recolección cuantitativo anotando variables verbales (los

posteos) y númericas para posteriormente determinar cualitativamente la variable de “populismo” dentro de dicha base. Respecto al tema de polarización se partió de los registros de la base de datos matriz para la creación de una base de datos de los comentarios de cada posteо, lo que derivó en 124 bases de datos recolectadas a través de herramientas de scraping de comentarios en la red social de X cuantitativamente y agregando la variable de “polarización” de manera cualitativa. Para el análisis de los datos y la creación de las variables referentes a populismo y polarización se hizo uso de la metodología del análisis textual humano. En los próximos apartados del capítulo se explica con mayor detalle cada fase del proceso metodológico llevado a cabo.

4.2 Muestreo, selección de casos y recolección de los datos

Para el diseño del estudio se llevó a cabo un muestreo no probabilístico con la selección intencional de analizar los posteos que mencionaran el Tren Maya. Para la selección de los casos se realizó una revisión de la cuenta de X, antes Twitter, del presidente Andrés Manuel López Obrador durante el periodo de su sexenio completo que abarca del 1 de diciembre de 2018 al 30 de septiembre de 2024 poniendo el foco en el tema central del Tren Maya. La recolección de datos consta de dos fases principales para conformación de las bases de datos de populismo y polarización. Como se ha mencionado en apartados anteriores se llevó a cabo la realización de 125 bases de datos, la primera, nuestra base matriz, para medir la variable de populismo y las otras 124 para la variable de polarización.

4.2.1 Base matriz: Variable de populismo

La recolección de los datos de la base matriz partió de la revisión de los posteos publicados en la cuenta de AMLO durante el periodo establecido que tuvieran las palabras “tren maya”, no se tomaron en cuenta los posteos que solamente tuvieran las palabras por separado, únicamente los que tuvieran las dos juntas, esta selección se llevó a cabo de manera manual, buscando y leyendo cada uno de los posteos publicados en la cuenta durante el tiempo establecido. De este monitoreo se obtuvieron 124 registros los cuales conforman esta primera base.

Las categorías de la base matriz son un identificador con el número de poste, la fecha del poste, el texto, número de comentarios, de retweets y de likes, así como el número de reproducciones (que no se encontraba disponible en los primeros años de la red social). Posteriormente, se agrega en la parte análisis una variable de para determinar el nivel de populismo de los posteos en 3 valores, los cuales son muy populista, algo populista o no populista y una variable con el número de historia populista dentro del discurso de AMLO tomadas de la clasificación realizada por Rodolfo Sarsfield y Zacarías Abuchanab en el trabajo *Populist Storytelling and Negative Affective Polarization*.

4.2.2 Bases de los comentarios: Variable de polarización

Para la realización de las 124 bases de datos de los comentarios se tomó la base matriz y de cada uno de los 124 posteos registrados se hizo una base de datos con todos los comentarios, dando lógicamente un resultado de 124 bases de datos que van de los 600 a los 8000 registros cada una

aproximadamente. La extracción de los comentarios se comenzó a realizar con el mismo método que la base matriz, es decir manualmente, sin embargo, debido al volumen de comentarios en posteo publicado este método resultaba sumamente lento y poco factible para hacer tantos registros. Para agilizar el proceso de recolección se utilizó una herramienta de scraping para descargar los comentarios en bases de datos.

Ahora bien, las 124 bases de comentarios al generarse a través de una herramienta de scraping y no manualmente como la base matriz, tuvieron que pasar por un proceso de limpieza de datos. Las variables que permanecieron son el identificador de comentario, nombre, usuario de la red social y texto. Se agregó la variable para la realización del análisis de los comentarios midiendo su nivel de polarización en una escala de tres valores, los cuales son muy polarizado, algo polarizado o no polarizado.

4.3 Variables o categorías de análisis

Como se ha mencionado, las variables de esta investigación son populismo y polarización. La base de datos matriz responde al análisis de la primera variable, la del populismo en los posteos publicados en la cuenta de AMLO con el criterio de tener las palabras “tren maya” y las otras 124 bases se refieren a la variable de la polarización en los comentarios emitidos por los usuarios en respuesta a los posteos del tren maya.

A continuación se presentan los instrumentos para la escala de medición de ambas variables. La primera tabla se refiere a la base matriz y expone los valores y criterios para medir la variable de

populismo en los posteos de AMLO seleccionados. La segunda tabla se refiere a los valores para la variable de polarización para las 124 bases de los comentarios realizados hacia los posteos. Ambas escalas se basan en tres niveles que se representan con los valores cuatificables de 0 cuando no hay elementos de las variables, 1 cuando hay algunos elementos y 2 cuando hay muchos elementos.

Tabla 1. Instrumento de medición para el populismo.

| Presenta populismo | Valor numérico | Descripción | Ejemplos |
|--------------------|----------------|--|--|
| Nada populista | 0 | El posteo no contiene ningún elemento populista. | Programas Integrales de Bienestar y Tren Maya, desde Campeche, Campeche. |
| Algo populista | 1 | El posteo contiene algunos elementos populistas. | Hoy argumenté en Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, el por qué del Tren Maya y la respuesta de la gente fue favorable. De todas maneras habrá consulta a los pueblos. Nada por la fuerza, todo por la razón y el derecho. |
| Muy populista | 2 | El posteo contiene muchos elemertos populistas | El tramo Mérida-Cancún del Tren Maya lleva 50% de avance. Hay que enfrentar amparos y ambiciones de conservadores y corruptos, pero el |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | pueblo quiere y apoya esta gran obra para el fomento al desarrollo del sureste del país. Un dato: diario llegan 48 mil turistas a Quintana Roo. |
|--|--|--|---|

Tabla 2. Instrumento de medición para la polarización.

| Escala de polarización | Valor numérico | Descripción | Ejemplos |
|------------------------|----------------|--|--|
| Nada polarizado | 0 | El comentario no presenta palabras que lo hagan polarizado. | Excelente, Andrés Manuel, no te olvides del tren del Pacífico, queremos volver a tener tren de pasajeros! Saludos |
| Algo polarizado | 1 | El comentario tiene palabras que lo hacen ser polarizado. | ¿Y los estudios de impacto ambiental? Gracias por destruir nuestra reserva de la biosfera, sobre su conciencia... |
| Muy polarizado | 2 | El comentario contiene palabras que lo hacen ser muy polarizado. | A ver, la tierra no te va a contestar un no ahorita, te lo va a decir con inundaciones, huracanes, incendios, especies en peligro y con tu presupuesto de 3 pesos para desastres no se como le vas a hacer. IDIOTA |

4.3.1 Las ocho historias principales dentro de la narrativa populista de AMLO para el análisis de la variable de populismo

Como se mencionó en el apartado anterior, para la variable de populismo se agregó una columna a la base matriz llamada “número de historia” que responde a la propuesta realizada en el trabajo de Sarsfield y Abuchanab acerca de ocho historias principales identificadas dentro de la narrativa populista del discurso de Andrés Manuel López Obrador. La idea fue identificar cuáles de estas ocho historias se encuentran presentes en los posteos referentes a la temática del Tren Maya seleccionados para el estudio. A continuación se muestra la tabla original de estas ocho historias en inglés y una traducción propia de la información al español:

Tabla 3: Principales historias identificadas en la narrative populista de AMLO (tomada del artículo de *Populist Storytelling and Negative Affective Polarization: Social Media Evidence from Mexico* de Sarsfield y Abuchanab).

| Main Populist Stories | Features |
|--|--|
| <i>Advocating for the People</i> | Story in which the “people’s needs and demands” are placed “above everything else” in politics |
| <i>Democracy As Direct Democracy</i> | Story posing the centrality of the people’s will and the absolute sovereignty of the people |
| <i>Corrupt and Exploitative Elites</i> | Story according to which “the elites” are corrupt and exploitative of “the people” |
| <i>Ostracizing the Others</i> | Story with a morally negative characterization of “the others” |
| <i>Conspiracy Theory</i> | Story in which the populist leader presents himself as the hero, who defends “the people” from various “enemies” who conspire against them |
| <i>Invoking the “Heartland”</i> | Story on an imagined past in which a morally impeccable, unified population resided |
| <i>Executive Aggrandizement</i> | Story in favor of a political process wherein the sitting president gradually dismantles institutional checks on his power |
| <i>Personal Action Frames</i> | Story more personal and sensationalistic in nature |

Tabla 4. Traducción al español.

| Principales historias populistas | Características |
|---------------------------------------|--|
| Abogando por el pueblo | Historia en la que las “necesidades y demandas del pueblo” se colocan “por encima de todo” en la política. |
| La democracia como democracia directa | Historia que plantea la centralidad de la voluntad del pueblo y la soberanía absoluta de este. |
| Élites corruptas y explotadoras | Historia según la cual las “élites” son corruptas y explotan al “pueblo”. |
| Ostracismo hacia los otros | Historia con una caracterización moralmente negativa de "los otros". |
| Teoría de la conspiración | Historia en la que el líder populista se presenta como el héroe, que defiende al “pueblo” de varios “enemigos” que conspiran contra ellos. |
| Invocando el "Corazón de la nación" | Historia sobre un pasado imaginado en el que residía una población moralmente impecable y unificada. |
| Exaltación del Poder ejecutivo | Historia a favor de un proceso político en el que el presidente en funciones desmantela gradualmente los controles institucionales sobre su poder. |
| Marcos de acción personal | Historia más personal y sensacionalista por naturaleza. |

4.4 Desarrollo de la estrategia metodológica y análisis de los datos

Una vez que se realizó la recolección de los datos y se establecieron los criterios de medición de las variables la investigación se procedió a la fase del análisis de los datos y se hizo uso de la herramienta del análisis textual para establecer categorías de palabras que delimitaran y ayudaran el análisis de los textos que conforman los posteos y los comentarios. Se eligió el análisis textual humano por resultar pertinente para el estudio de textos, en este caso para los posteos y los comentarios que conforman los datos principales del estudio haciendo uso de palabras que delimiten las variables estudiadas y con el factor humano de revisión del sentido de cada texto para observar si representa los conceptos estudiados en la investigación. A continuación se explica el proceso de análisis de los datos que se llevó a cabo.

4.4.1 Desarrollo de la estrategia metodológica

Al establecer las variables y las categorías que conforman la investigación se procedió a la fase de la recolección de datos. Como se ha mencionado, la base matriz se creó para analizar la variable de populismo en los posteos en la cuenta de Andrés Manuel López Obrador en X, @lopezobrador_, a lo largo de su periodo presidencial (1 de diciembre de 2018 al 30 de septiembre de 2024) que cumplieran con el criterio de contener las palabras “tren maya”. Se encontraron 124 posteos con esta característica y son los registros que forman esta base matriz.

El primer paso fue la formación de la base de datos, la cual se creó manualmente haciendo una revisión puntual de los posteos en la cuenta de X analizada y una vez que se tuvieron los datos

organizados y limpios se procedió a analizar la variable del nivel de populismo presente en cada uno de los 124 posteos. Para esto se utilizaron los criterios de la tabla 1, determinando tres valores para esta variable: No populista = 0, algo populista = 1 y muy populista = 2 y también se analizaron los posteos siguiendo la escala para clasificarlos dentro de alguna de las ocho historias populistas.

A la par del proceso de análisis de la base matriz, se realizó la conformación de las bases de datos para analizar la variable de polarización. Resultaba indispensable tener los registros de la base matriz para poder conformar las bases para analizar la polarización, ya que son derivadas de los posteos registrados en dicha base. El proceso fue tomar cada uno de los 124 posteos elegidos para realizar una base de datos por cada uno de estos registros. Como se mencionó en los apartados anteriores, realizar el proceso de conformación manualmente de estas bases resultaba poco factible y un proceso que atrasaría mucho la investigación, por lo que se optó por utilizar una herramienta de scraping, TwCommentExport en su versión premium.

Un vez descargadas las bases de datos con los comentarios de los posteos de la base matriz, se realizó una categorización de los comentarios midiendo su nivel de polarización utilizando los valores: Nada polarizado = 0, algo polarizado = 1 y muy polarizado = 2. El total de los comentarios extraídos fue de 247,494 y se procedió a realizar un muestreo por conglomerado del 5% proporcional a todas las bases de datos de los comentarios dando un muestra total 12,375. Se hizo uso de la herramienta del análisis textual automatizado y humano buscando palabras que se encuentran dentro de las categorías de la variable de la polarización.

Una vez teniendo los resultados de la variable de populismo y polarización se realizó una correlación para observar si la hipótesis se comprueba o falsea. En el capítulo siguiente se explican

y detallan los hallazgos, resultados y conclusiones que se encontraron en la realización de esta investigación y las particularidades del proceso de análisis.

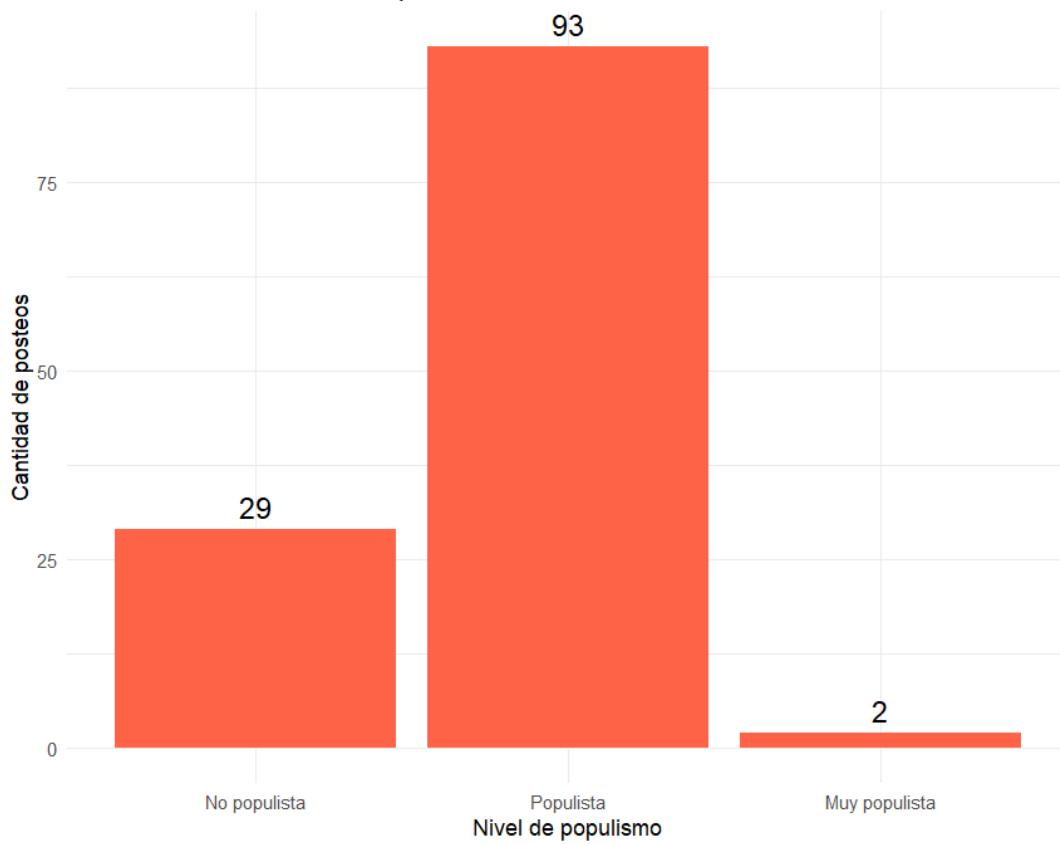
5. Hallazgos y resultados

El presente capítulo tiene la finalidad de presentar los resultados del análisis de los datos obtenidos. Como se menciona en el apartado metodológico se realizaron 125 bases de datos, una para la variable de populismo, la base matriz donde se encuentran los 124 posteos que contienen las palabras “tren maya” emitidos por la cuenta de AMLO durante su sexenio. Para medir la variable de polarización se analizaron las 124 bases de los comentarios extraídos de cada uno de los posteos que conforman la base matriz. Primero se presentan los resultados de la variable de populismo, después los de la variable de polarización y posteriormente un cruce entre ambas variables para comprobar si la hipótesis del trabajo falsea o se comprueba.

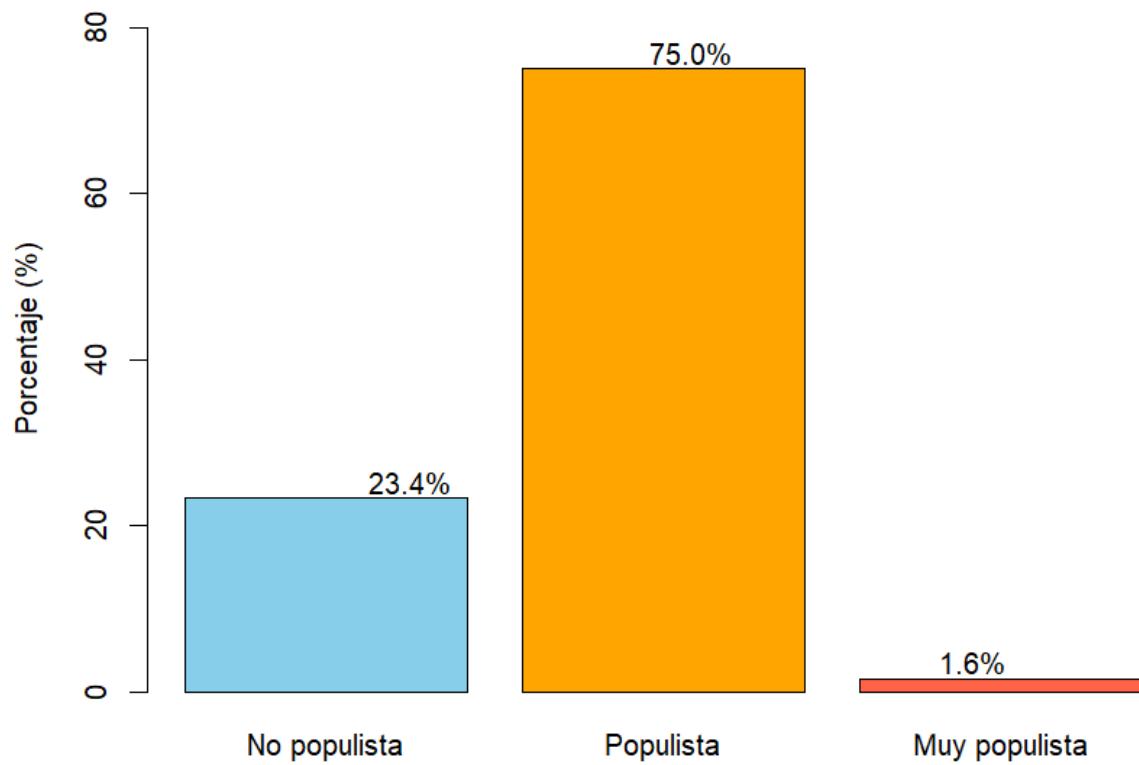
5.1 Variable populismo

En cuanto a la variable de populismo, esta se encuentra representada en la base de datos matriz, la cual consta de 124 registros que contienen las palabras “tren maya” a lo largo del sexenio de Andrés Manuel López Obrador del 1 de diciembre de 2018 al 30 de septiembre de 2024. Como se muestra en la siguiente gráfica, se clasificaron siguiendo los valores explicados en el apartado metodológico en la Tabla 1. Se clasificaron 29 comentarios como no populistas, 93 como populistas y 2 como muy populistas sumando los 124. En el segundo gráfico se reportan los porcentajes que son 23.4% nada populista, 75% algo populista y 1.6% muy populista.

Distribución del Nivel de Populismo en los Posteos



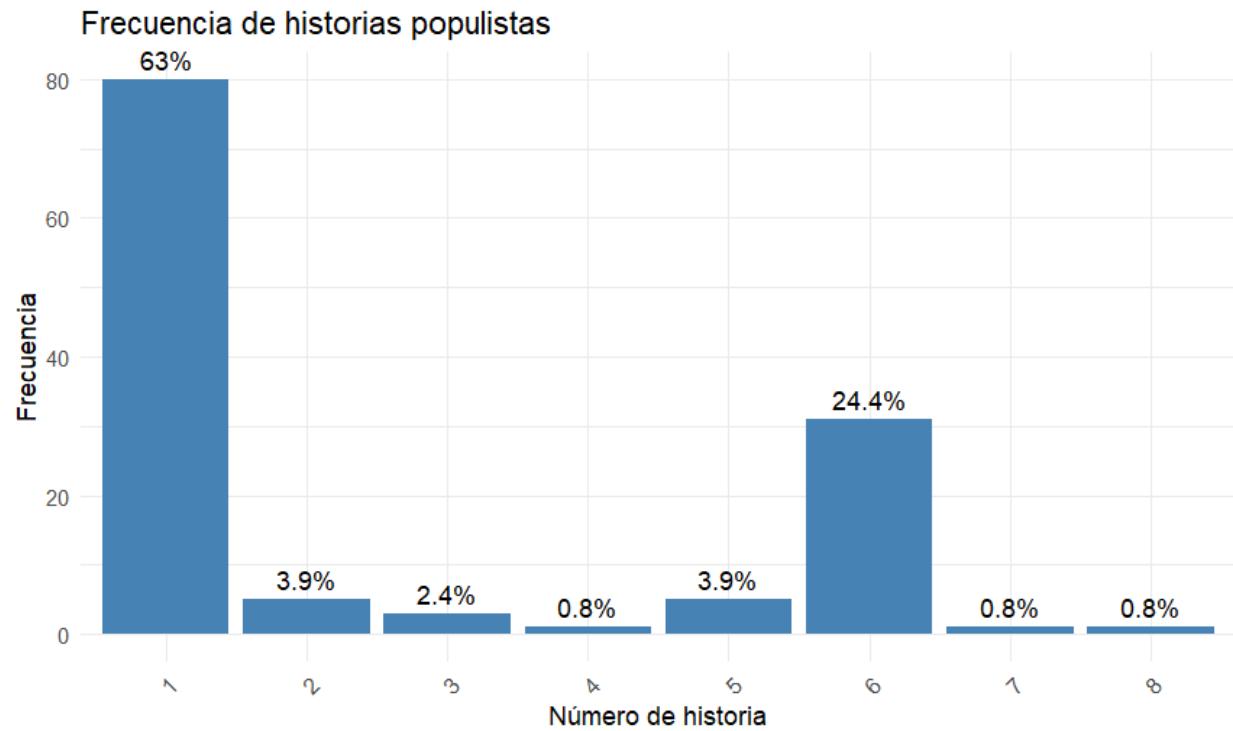
Distribución porcentual del nivel de populismo



5.1.2 Historias populistas

Los posteos categorizados con niveles de populismo, los referentes a los valores 1 = populista y 2 = muy populista, se clasificaron dentro de las ocho historias populistas presentadas anteriormente en las tablas 3 y 4. Algunos posteos se encuentran en más de una de las categorías, ya que encajan en más de una historia.

| Número | Principales historias populistas |
|---------------|---|
| 1 | Abogando por el pueblo |
| 2 | La democracia como democracia directa |
| 3 | Élites corruptas y explotadoras |
| 4 | Ostracismo hacia los otros |
| 5 | Teoría de la conspiración |
| 6 | Invocando el "Corazón de la nación" |
| 7 | Exaltación del Poder ejecutivo |
| 8 | Marcos de acción personal |



Los posteos categorizados con niveles de populismo, los referentes a los valores 1 = populista y 2 = muy populista, se clasificaron dentro de las ocho historias populistas presentadas anteriormente en las tablas 3 y 4. Algunos posteos se encuentran en más de una de las categorías, ya que encajan en más de una historia. Como se observa en la gráfica, las historias populistas que se encuentran más presentes en los posteos son “Abogando por el pueblo” y “Invocando el “Corazón de la nación”. A continuación se muestra una nube con las palabras más frecuentes de los posteos:



5.2 Variable de polarización

La variable de polarización se analiza a partir de las 124 bases de datos de los comentarios de los 124 posteos que conforman los registros de la base matriz. El total del universo de comentarios es de 247,494 y dada la cantidad se consideró realizar un muestreo por aleatorio por conglomerados al 5% (12,374.7), obteniendo un universo de 12,428 comentarios. Este muestreo se llevó a cabo de manera aleatoria y proporcional, es decir que de cada base de datos de los comentarios se realizó en SPSS otra base de datos con un muestreo aleatorio con el comando de elegir un 5% del total de la muestra. A continuación se muestra una tabla con el número de comentarios total extraídos por base de datos y el muestreo desglosado por cada una al 5% y redondeando para arriba, por ejemplo, $87.75 = 88$ o $36.25 = 37$:

| Número de posteo | Número de comentarios extraídos | 5% | Muestra al 5% |
|------------------|---------------------------------|--------|---------------|
| 1 | 1755 | 87.75 | 88 |
| 2 | 3000 | 150 | 150 |
| 3 | 725 | 36.25 | 37 |
| 4 | 1798 | 89.9 | 90 |
| 5 | 1409 | 70.45 | 71 |
| 6 | 1978 | 98.9 | 99 |
| 7 | 5500 | 275 | 275 |
| 8 | 1548 | 77.4 | 78 |
| 9 | 3893 | 194.65 | 195 |
| 10 | 2640 | 132 | 132 |
| 11 | 1058 | 52.9 | 53 |
| 12 | 643 | 32.15 | 33 |
| 13 | 3434 | 171.7 | 172 |
| 14 | 709 | 35.45 | 36 |
| 15 | 1451 | 72.55 | 73 |
| 16 | 1735 | 86.75 | 87 |
| 17 | 3599 | 179.95 | 180 |
| 18 | 1840 | 92 | 92 |
| 19 | 2339 | 116.95 | 117 |

| | | | |
|----|-------|--------|-----|
| 20 | 2503 | 125.15 | 126 |
| 21 | 1428 | 71.4 | 72 |
| 22 | 2281 | 114.05 | 115 |
| 23 | 2627 | 131.35 | 132 |
| 24 | 7889 | 394.45 | 395 |
| 25 | 2346 | 117.3 | 118 |
| 26 | 8459 | 422.95 | 423 |
| 27 | 1702 | 85.1 | 86 |
| 28 | 1832 | 91.6 | 92 |
| 29 | 2259 | 112.95 | 113 |
| 30 | 2044 | 102.2 | 103 |
| 31 | 2054 | 102.7 | 103 |
| 32 | 1227 | 61.35 | 62 |
| 33 | 2733 | 136.65 | 137 |
| 34 | 2795 | 139.75 | 140 |
| 35 | 3534 | 176.7 | 177 |
| 36 | 1447 | 72.35 | 73 |
| 37 | 1199 | 59.95 | 60 |
| 38 | 2174 | 108.7 | 109 |
| 39 | 1745 | 87.25 | 88 |
| 40 | 775 | 38.75 | 39 |
| 41 | 1119 | 55.95 | 56 |
| 42 | 698 | 34.9 | 35 |
| 43 | 956 | 47.8 | 48 |
| 44 | 802 | 40.1 | 41 |
| 45 | 772 | 38.6 | 39 |
| 46 | 781 | 39.05 | 40 |
| 47 | 10059 | 502.95 | 503 |
| 48 | 3021 | 151.05 | 152 |
| 49 | 206 | 10.3 | 11 |
| 50 | 2316 | 115.8 | 116 |
| 51 | 1137 | 56.85 | 57 |
| 52 | 2214 | 110.7 | 111 |
| 53 | 1341 | 67.05 | 68 |
| 54 | 3283 | 164.15 | 165 |
| 55 | 1436 | 71.8 | 72 |
| 56 | 1129 | 56.45 | 57 |
| 57 | 997 | 49.85 | 50 |
| 58 | 1289 | 64.45 | 65 |
| 59 | 928 | 46.4 | 47 |
| 60 | 1477 | 73.85 | 74 |
| 61 | 3293 | 164.65 | 165 |
| 62 | 1274 | 63.7 | 64 |

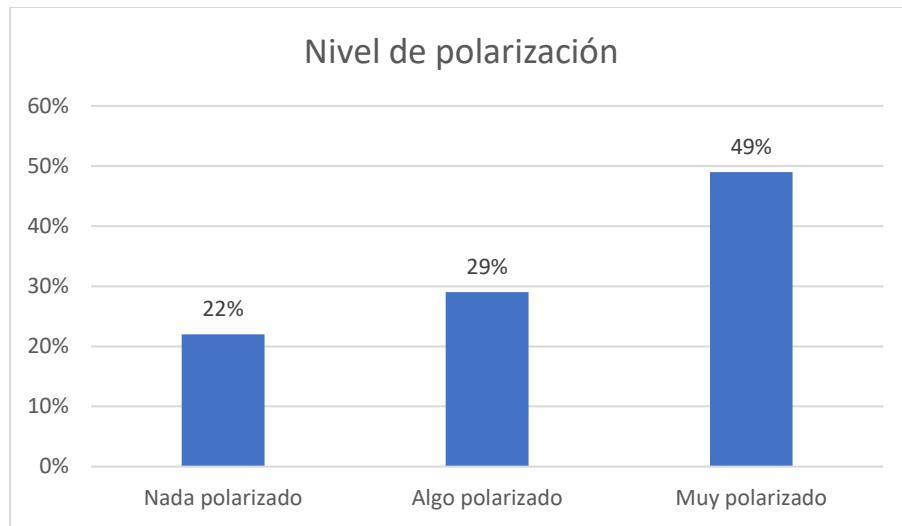
| | | | |
|-----|------|--------|-----|
| 63 | 1416 | 70.8 | 71 |
| 64 | 3203 | 160.15 | 161 |
| 65 | 3889 | 194.45 | 195 |
| 66 | 2320 | 116 | 116 |
| 67 | 1175 | 58.75 | 59 |
| 68 | 1452 | 72.6 | 73 |
| 69 | 1930 | 96.5 | 97 |
| 70 | 1018 | 50.9 | 51 |
| 71 | 850 | 42.5 | 43 |
| 72 | 782 | 39.1 | 40 |
| 73 | 3940 | 197 | 197 |
| 74 | 1262 | 63.1 | 64 |
| 75 | 1277 | 63.85 | 64 |
| 76 | 3068 | 153.4 | 154 |
| 77 | 944 | 47.2 | 48 |
| 78 | 703 | 35.15 | 36 |
| 79 | 2334 | 116.7 | 117 |
| 80 | 3012 | 150.6 | 151 |
| 81 | 1074 | 53.7 | 54 |
| 82 | 647 | 32.35 | 33 |
| 83 | 1557 | 77.85 | 78 |
| 84 | 1185 | 59.25 | 60 |
| 85 | 854 | 42.7 | 43 |
| 86 | 3234 | 161.7 | 162 |
| 87 | 1492 | 74.6 | 75 |
| 88 | 776 | 38.8 | 39 |
| 89 | 1353 | 67.65 | 68 |
| 90 | 1862 | 93.1 | 94 |
| 91 | 2680 | 134 | 134 |
| 92 | 827 | 41.35 | 42 |
| 93 | 734 | 36.7 | 37 |
| 94 | 727 | 36.35 | 37 |
| 95 | 5725 | 286.25 | 287 |
| 96 | 3787 | 189.35 | 190 |
| 97 | 2732 | 136.6 | 137 |
| 98 | 406 | 20.3 | 21 |
| 99 | 976 | 48.8 | 49 |
| 100 | 1615 | 80.75 | 81 |
| 101 | 3702 | 185.1 | 186 |
| 102 | 1135 | 56.75 | 57 |
| 103 | 2947 | 147.35 | 148 |
| 104 | 1890 | 94.5 | 95 |
| 105 | 1818 | 90.9 | 91 |

| | | | |
|-----------------------------|----------------|-----------------|---------------|
| 106 | 1032 | 51.6 | 52 |
| 107 | 1366 | 68.3 | 69 |
| 108 | 6069 | 303.45 | 304 |
| 109 | 1398 | 69.9 | 70 |
| 110 | 1791 | 89.55 | 90 |
| 111 | 2129 | 106.45 | 107 |
| 112 | 1986 | 99.3 | 100 |
| 113 | 1262 | 63.1 | 64 |
| 114 | 604 | 30.2 | 31 |
| 115 | 955 | 47.75 | 48 |
| 116 | 2037 | 101.85 | 102 |
| 117 | 1097 | 54.85 | 55 |
| 118 | 1612 | 80.6 | 81 |
| 119 | 2558 | 127.9 | 128 |
| 120 | 1164 | 58.2 | 59 |
| 121 | 1239 | 61.95 | 62 |
| 122 | 957 | 47.85 | 48 |
| 123 | 546 | 27.3 | 28 |
| 124 | 747 | 37.35 | 38 |
| Total de comentarios | 247,494 | 12,374.7 | 12,428 |

Para conocer el nivel de polarización presente, cada comentario se categorizó tomando la rúbrica de la Tabla 2, donde 0 = nada polarizado, 1 = algo polarizado y 2 = muy polarizado. Esta clasificación se llevó a cabo utilizando el análisis textual humano y se creó esta variable en la base a partir de este análisis. Se analizaron los 12, 428 comentarios que conforman el 5% de la muestra total donde se observaron los siguientes valores de frecuencias de datos:

| Categorías | Frecuencia de comentarios |
|------------------|---------------------------|
| Nada polarizado | 2,456 |
| Algo polarizado | 3,238 |
| Muy polarizado | 5,382 |
| Valores perdidos | 1,352 |
| | 12,428 |

A continuación se muestra el porcentaje del nivel de polarización presente en el universo analizado. En la gráfica se reporta que el nivel de polarización presente en los comentarios es de 22% “Nada polarizado”, 29% “Algo polarizado” y “Muy polarizado” tiene el mayor porcentaje con 49%.



5.3 Correlación entre las variables de populismo y polarización

En esta sección se realiza la correlación entre los niveles de populismo presente en los posteos o tweets publicados en la cuenta de X (Twitter) de Andrés Manuel López Obrador y el nivel de polarización en los comentarios realizados por los ciudadanos o usuarios a dichos tweets para observar si la hipótesis del trabajo se comprueba o no (la hipótesis de este trabajo es: La narrativa populista presente en los posteos acerca del Tren Maya se encuentra relacionada con la generación de comentarios polarizados en torno al tema en la red sociodigital X).

Como se ha mencionado en los apartados anteriores, para la primera variable, que es la de populismo, se realizó una sola base de datos con 124 registros de tweets y para la segunda variable, la de polarización, se realizaron 124 bases de datos constituidas por los comentarios a cada uno de los tweets que conforman la base de datos de la primera variable (populismo), dando un total de 125 bases para la realización de esta investigación.

En un segundo paso se categorizaron los registros de todas las bases de datos, basándonos en una categorización de 3 valores. En la primera base de datos se buscaba categorizar el nivel de populismo presente en los tweets, categorizando cada poste en: Nada populista, algo populista y muy populista. Para la segunda variable, se analizaron los comentarios para clasificar el nivel de polarización, bajo las categorías: Nada polarizado, algo polarizado y muy polarizado.

En la siguiente tabla se muestra la correlación porcentual entre ambas variables. Es visible que los niveles de populismo presente en los tweets no se relacionan con los niveles de polarización, ya que los niveles de polarización de los comentarios a los tweets es porcentualmente más alto. Se

observa un 1.60% en “Muy populista”, lo que es bastante bajo en comparación con el 49% de “Muy polarizado”.

| Nivel de polarización | Porcentaje | Nivel de populismo | Porcentaje |
|-----------------------|------------|--------------------|------------|
| Nada polarizado | 22% | No populista | 23.40% |
| Algo polarizado | 29% | Populista | 75% |
| Muy polarizado | 49% | Muy populista | 1.60% |
| 100% | | | 100.00% |

Comparando los porcentajes obtenidos en ambas variables se concluye, que el nivel de populismo presente en los tweets y el nivel de polarización de los comentarios no mantienen una correlación, es decir, el nivel de populismo de los tweets no mantiene el mismo nivel de la polarización presenta, ya que los niveles de polarización son mucho más altos que el nivel de populismo de la muestra, por lo que la hipótesis de investigación falsea.

6. Conclusiones

Para presentar las conclusiones del presente trabajo, se retoman los objetivos del mismo. El objetivo general de este proyecto es el de Identificar si existe una relación entre la narrativa de Andrés Manuel López Obrador sobre el Tren Maya y la polarización afectiva entre los seguidores de su cuenta en X (Twitter). A continuación se desglosan las conclusiones por cada uno de los objetivos específicos de la investigación y la hipótesis.

El primer objetivo fue el de identificar si los posteos referentes al Tren Maya presentan una narrativa populista. En cuanto a esto, se concluye que sí y al graficar los datos se observa que las historias populistas más presentes en los tweets son la 1, “Abogando por el pueblo” y la 6, “Invocando el “Corazón de la nación” de la clasificación realizada en la investigación de Rodolfo Sarsfield. Como se ha mencionado en apartados anteriores, la historia 1 se basa en que las “necesidades y demandas del pueblo” se colocan “por encima de todo” en la política y la 6 es acerca de un pasado imaginado en el que residía una población moralmente impecable y unificada. La temática del Tren Maya encaja principalmente dentro de estas historias por el discurso presentado para justificar la realización del proyecto, de que a partir de su construcción la región sureste del país, que además coincide con la zona maya, tendría un desarrollo económico y de infraestructura que sería favorecedor para el pueblo y serviría para que la gente pudiera conocer y admirar el pasado prehispánico de la región, así como su riqueza cultural y natural.

El segundo objetivo fue el de analizar la polarización en los comentarios emitidos en los posteos acerca del Tren Maya en X. Como resultado de este análisis se concluye que sí hay polarización y que los niveles de presentes en los comentarios es bastante alto. Al graficar los datos se observa un 49% de “Muy polarizado”, por lo que se concluye que el nivel de polarización en la muestra de comentarios es muy alto y esta información de la segunda variable, nos permite obtener las

conclusiones del tercer objetivo, que es el de indagar si existe relación entre el discurso populista y la polarización en los posteos acerca del tema del Tren Maya en X.

Al correlacionar los resultados de los porcentajes obtenidos de ambas variables, la de populismo y la de polarización, se observa que no hay una relación directa entre el nivel de populismo de los tweets y el nivel de polarización en los comentarios, incluso los porcentajes de los niveles más altos, se contraponen, con un 1.60% de “Muy populista” y un 49% de “Muy polarizado”. Por lo anterior, se concluye que no hay una relación entre los niveles de populismo de los tweets y los niveles de polarización en los comentarios, lo que lleva a la conclusión de que el tema del Tren Maya es muy polémico y genera polarización por sí mismo y no por los tweets emitidos en sí.

El tercer objetivo de la investigación se relaciona estrechamente con la hipótesis, la cual es si la narrativa populista presente en los posteos acerca del Tren Maya se encuentra relacionada con la generación de comentarios polarizados en torno al tema en la red sociodigital Twitter (X). Con los resultados de la investigación se concluye que la hipótesis falsea.

Referencias

Andrade del Cid, P., et al. Las conferencias mañaneras y el monitoreo de medios. UVserva, (12), 153-168. <https://doi.org/10.25009/uvsvi12.2797>

Aragón Falomir, J., et al. (2020). ¿La "Grieta" mexicana? La polarización de la opinión pública en la era de Andrés Manuel López Obrador y del COVID19. [Abya-yala: Revista sobre acesso á justiça e direitos nas Américas](https://doi.org/10.26512/abyayala.v4i3.36369). (4), 228-245. DOI:[10.26512/abyayala.v4i3.36369](https://doi.org/10.26512/abyayala.v4i3.36369)

Arias Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. Revista de Estudios Políticos, 173, 27-54. doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>

Barragán, A. (2023). *Activistas y habitantes de comunidades afectadas por el Tren Maya denuncian nuevos daños ambientales*. El País: <https://elpais.com/mexico/2023-03-23/activistas-y-habitantes-de-comunidades-afectadas-por-el-tren-maya-denuncian-nuevos-danos-ambientales.html>

Benett, W., et al. (204). De los medios de comunicación de masas a las redes sociales. Telos, (98), 58-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4955394>

Carrillo, E. (2023). *AMLO supera a Rubius y El Mariana en top 10 de streamers hispanos más vistos*. Forbes: <https://www.forbes.com.mx/amlo-desplaza-a-rubius-y-el-mariana-en-top-10-de-streamers-hispanos-mas-vistos/>

Casanovas Casañas, Laura (2021). Megaproyectos y conflictos ecoterritoriales. El caso del Tren Maya, *Relaciones Internacionales*, (46), 139-159.

<https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2021.46.008>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, España.

Cordón, B. (2016). *Twitter como medio de comunicación para el storytelling aplicado a la cultura: El caso de #Thyssen140*. Actas III Congreso Internacional Latino de Comunicación Social de la Universidad de La Laguna, 2803-2823.

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Mexico*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-mexico>

Domizi, J. (2016). *Libro de Twitter: Conectados en 140 caracteres*, Grupo Genes, España.

Flores Benitez, K. (2022) ¿Deliberación o polarización? Análisis del #MeToo en Twitter. Tesis de Maestría de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Freidin, E. Moro, R. y Silenzi, M. (2022) El estudio de la polarización afectiva: una mirada metodológica. Revista SAAP (ISSN 1666-7883) Vol. 16, N° 1, mayo 2022, 37-63.

Frie, R. y Rovira, C. (2008). El populismo como experimento político: historia y teoría política de una ambivalencia. Revista de Sociología 22, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.

Gamboa, L. y Jaramillo, M. (2022). Polarización(es), populismo(s) y democracia(s). Desafíos, Bogotá (Colombia), (34-2).

Gasparello, G. (2020). Megaproyectos a consulta: ¿derechos o simulaciones? Experiencias en México. *LiminaR Estudios Sociales Y Humanísticos*, 18(2), 124-141.

<https://doi.org/10.29043/liminar.v18i2.762>

Gualda, E., et al. (2015). La 'Spanish Revolution' en Twitter: Redes de hashtags y actores individuales y colectivos respecto a los desahucios en España. *Redes*. 26, (1), 1-22. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.535>

Gobierno de México (2023). Tren Maya: <https://www.gob.mx/trenmaya>

Hawkins, K. A. (2009). Is Chávez Populist?: Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective. *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040-1067.

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

Moll, E. (2015). Análisis comparativo de la utilización de Twitter como canal de comunicación para las principales editoriales estadounidenses y españolas. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.

Murillo, D. y Carreño Y. (2015). Análisis de la reedificación del lenguaje a través del hashtag en twitter. Fundación Universitaria Panamericana, Facultad de comunicación. Bogotá.

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*, 35, 83-96. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1505>

Rosas Candelas, C., et al. (2023). El tren maya en México: un proyecto contradictorio. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7, (4). 3341-3355. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7177

Mudde, C. y Rovira, C. (2019). Populismo. Alianza Editorial.

Salgado, Eva. (2023). Etnografía de las conferencias de prensa de Andrés Manuel López Obrador y análisis de su lista de reproducción en YouTube (2018-2022). *Analecta Política*, 13(24), 01-23. <http://dx.doi.org/10.18566/apolit.v13n24.a02>

Sarsfield, R. (2023). Entre el pueblo bueno y la élite corrupta. Narrativa populista y polarización afectiva en las redes sociales en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. 18, (35), 13-34. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2023.35.85518>

Sarsfield R, Abuchanab Z. (2024). Populist Storytelling and Negative Affective Polarization: Social Media Evidence from Mexico. *Latin American Politics and Society*. 2024;66(2):102-131. doi:10.1017/lap.2024.7

Olvera, A. (2021). Polarización como base del populismo, el caso de México. *Revista Ecuador Debate*, (112), 113-138. <http://hdl.handle.net/10469/17480>

Valdés Vega, M. (2022). Comunicación política y legitimidad en el gobierno de Andrés Manuel López obrador (2018–2021). *Polis*, 18, (2), 7-38. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/polis/2022v18n2/valdes>

Vela, C., et al. (2021). Análisis del hashtag #MeQuedoEnCasa: la conversación digital por Twitter ante la emergencia producida por la covid-19. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 26(2), 365-384. <https://doi.org/10.17533/udea.ikala.v26n2a08>