

La construcción de la imagen de Andrés Manuel López Obrador a nivel discursivo, una de las claves de su triunfo

The image construction of Andrés Manuel López Obrador in the discursive level, a key of his success

Coautoría:

Chávez Coria Catalina Vianey

Ramírez González Brandon

Modalidad de jóvenes estudiantes

Resumen: El caso de Andrés Manuel López Obrador durante las elecciones presidenciales fue disruptivo en muchos sentidos para el sistema político y electoral mexicano. El ahora presidente del país había hecho dos intentos previos para encabezar el ejecutivo federal, en 2006 y en 2012. En estos procesos logró un apoyo de alrededor de 15 millones de ciudadanos, cifra que fue casi duplicada en 2018, de la mano de un apoyo a su coalición en el Poder Legislativo federal, en ambas Cámaras, y el arrastre de varios puestos de elección popular locales.

Sostenemos, en buena medida este resultado tan contundente fue logrado gracias a la construcción de la imagen del candidato, proceso que comenzó desde sus primeras contiendas electorales y sus cargos previos. Para demostrarlo, retomamos sus campañas de 2006 y 2018 como punto de partida para una reflexión más a profundidad del proceso de construcción de una imagen anti sistémica basada en buena medida en el componente discursivo que manifestaron los spots y discursos que fueron utilizados.

Una aproximación teórica que nos ayuda a entender este proceso, es el concepto de hegemonía propuesto por Ernesto Laclau, Desde esta postura, sugerimos que Andrés Manuel López Obrador logró construir un discurso hegemónico posicionado, en ambos casos, como uno de los representantes de los clivajes que definieron dichas elecciones y siendo desde su Jefatura de Gobierno en el entonces Distrito Federal, uno de los actores políticos más relevantes del país., encabezando un proyecto representado en su imagen de transformación y cambio “real” durante todo este periodo.