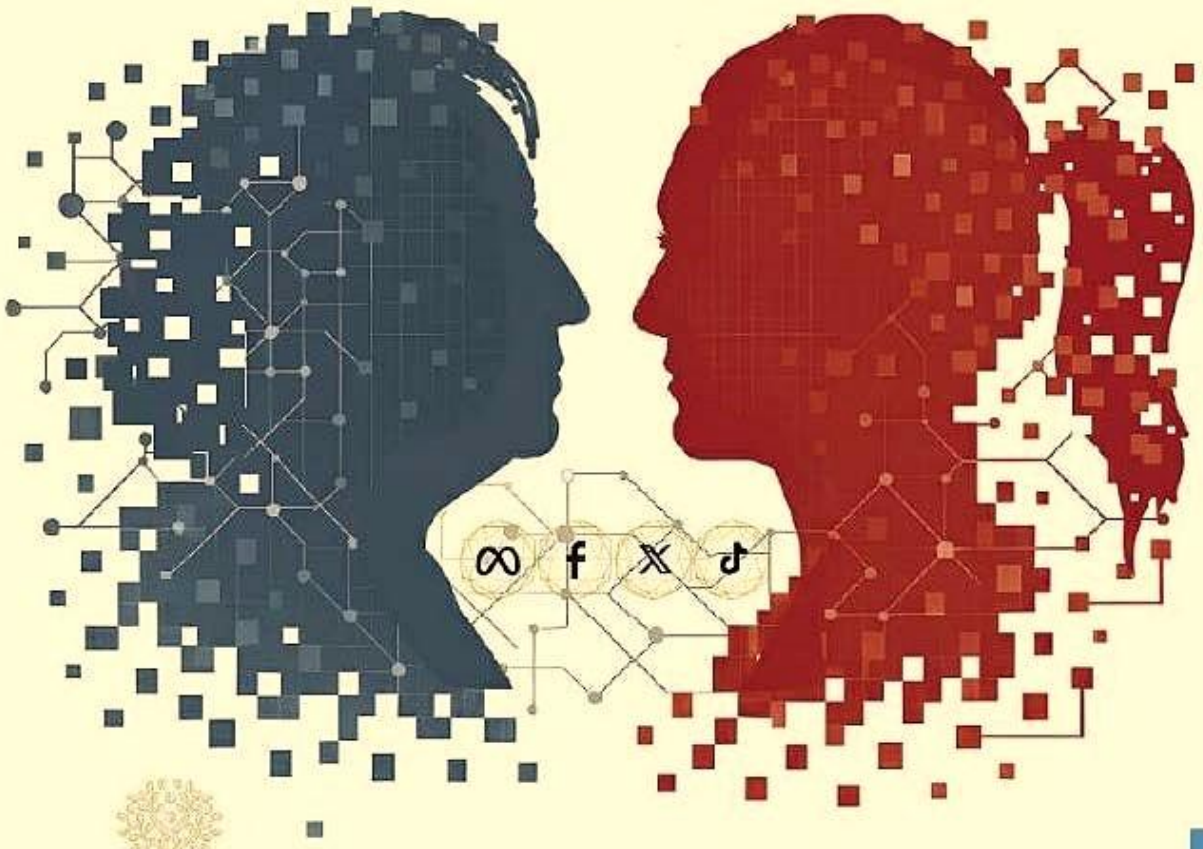
NARRATIVAS Y ESTRATEGIAS DIGITALES

EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE 2024

PERSUASIÓN, PROPAGANDA Y ALGORITMOS EN LA BATALLA POR EL VOTO



José Luis López Aguirre
Blanca Nahayeli Gómez Aguilera
María Concepción Estrada García
(coordinadores)

UNIVERSIDAD Panamericana

EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA

Narrativas y estrategias digitales en la campaña presidencial de 2024

Persuasión, propaganda y algoritmos en la batalla por el voto

José Luis López Aguirre
Blanca Nahayeli Gómez Aguilera
María Concepción Estrada García
(coordinadores)

EDICIONES
COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA

Narrativas y estrategias digitales en la campaña presidencial de 2024 : persuasión, propaganda y algoritmos en la batalla por el voto / coordinadores José Luis López Aguirre, Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, María Concepción Estrada García.— Ciudad de México : Universidad Panamericana ; Comunicación Científica, 2025. (Colección Ciencia e Investigación).

386 páginas : ilustraciones ; 23 x 16.5 centímetros

DOI: 10.52501/cc.347

ISBN: 978-968-9738-27-5

1. Oratoria política. 2. Lenguaje y lenguas – Aspectos políticos. 3. Campañas políticas. I. López Aguirre, José Luis, coordinador. II. Gómez Aguilera, Blanca Nahayeli, coordinadora. III. Estrada García, María Concepción, coordinadora.

LC: PN4193.P6 N37 DEWEY: 808.51088329 N37

Publicación académica de la Universidad Panamericana.

La titularidad de los derechos patrimoniales y morales de esta obra pertenece a las autoras D.R. © José Luis López Aguirre, Blanca Nahayeli Gómez Aguilera y María Concepción Estrada García (coordinadores), 2025. Reservados todos los derechos conforme a la Ley. Su uso se rige por una licencia Creative Commons BY-NC-ND 4.0 Internacional, https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.es

Primera edición en Ediciones Comunicación Científica, 2025
Diseño de portada: Francisco Zeledón • Interiores: Guillermo Huerta

D.R. © 2025 Universidad Panamericana
Augusto Rodin No. 498, Insurgentes Mixcoac, Benito Juárez,
03920, Ciudad de México

Ediciones Comunicación Científica, S. A. de C. V., 2025,
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400,
Crédito Constructor, Benito Juárez, 03940, Ciudad de México,
Tel.: (52) 55-5696-6541 • Móvil: (52) 55-4516-2170
info@comunicacion-cientifica.com • www.comunicacion-cientifica.com
comunicacioncientificapublicaciones @ ComunidadCient2

ISBN 978-968-9738-27-5

DOI 10.52501/cc.347





Esta publicación ha sido financiada por la Universidad Panamericana a través del fondode «Fomento a la Investigación UP 2024» bajo el código UP-CI-2024-MX-24-COM.

Esta obra fue dictaminada mediante el sistema de pares ciegos externos.
La trazabilidad de la dictaminación puede consultarse, así como el libro en acceso abierto, en https://doi.org/10.52501/cc.347

COMITÉ EDITORIAL

Ana Laura González Zambrano
Facultad de Estudios Superiores Aragón-unam

Ana Teresa López García
Universidad Panamericana

Antonio Rosas Mares
Facultad de Estudios Superiores Aragón-unam

Blanca Chong López
Universidad Autónoma de Coahuila

Carlos Eduardo Favela Zavala
Facultad de Estudios Superiores Aragón-unam

Carlos Enrique Fuentes Ochoa
Universidad Iberoamericana

Claudia Pérez Flores
Universidad Anáhuac

Javier Ríos Gómez
Consejo Internacional de Ciencia y Tecnología Disruptiva

Luis Eduardo Campos Jiménez
universidad panamericana

David Hernández de la Fuente
Universidad Complutense de Madrid

Luz María Galindo Vilchis
Universidad Nacional Autónoma de México

María del Carmen Camacho Gómez
universidad panamericana

Paola Eunice Rivera Salas
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Roberto Toledo Valverde
Universidad Nacional Autónoma de México

Victoria Elena Santillán Briceño
Universidad Autónoma de Baja California

Índice

Presentación 13

Prólogo. Los *nuevos lentes* para comprender los procesos electorales en México, *Javier Esteinou Madrid* 19

SECCIÓN I
COORDENADAS DEL DISCURSO POLÍTICO EN UNA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DESDE LA GEOGRAFÍA DE LA RETÓRICA DIGITAL

Introducción: sección I 33

Capítulo 1. Marco teórico. Ethos, pathos y logos en el discurso político digital, *Eduardo José Fernández Fernández, Luis Ángel Gómez Gordillo, Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, José Israel Rivera Terrazas* 35

Capítulo 2. Estrategia metodológica para el análisis del discurso político en redes sociodigitales, *José Luis López Aguirre, Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, Ana Teresa López García, Selena Sarai López Arce* 57

Capítulo 3. Dos rostros, dos estrategias: construcción del ethos digital en las campañas presidenciales de Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez, *Israel Rivera Terrazas, Viviana Aguilar García de León, Juan Pablo Hernández Cotero, Aranza Paulina Sánchez Cortés* 71

Capítulo 4. ¡Vamos ganando! La retórica digital del pathos en las campañas en X y Facebook en las elecciones presidenciales de 2024 en México, *Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, Selena Sarai López Arce, Larisa Gisel Gallegos González, Naydelin Naomi Vásquez Sánchez* 97

Capítulo 5. El logos digitalis en campaña: análisis cuantitativo en Facebook y X, *Luis Ángel Gómez Gordillo, Andrea Ruíz Barrios, Sofía Sánchez González, Víctor Orozco Millán, Sofía Paola Ruesga Cortés* 119

Conclusiones. Entrecruces finales de la retórica digital: claves del discurso político en la contienda de 2024, *Blanca Nahayeli Gómez Aguilera, José Israel Rivera Terrazas, Eduardo José Fernández Fernández, Luis Ángel Gómez Gordillo* 143

SECCIÓN II
GÉNERO Y POLÍTICA EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Introducción: sección II 155

Capítulo 6. Perspectiva de género y posicionamiento político en X: Xóchitl Gálvez y Claudia Sheinbaum rumbo a la presidencia de México, *Sergio Julio Ortiz Montiel, María Concepción Estrada García, María del Carmen Leal Hernández, Fernando Ibarra Torres* 159

Capítulo 7: Sheinbaum y Gálvez: una batalla desde el escenario del lenguaje incluyente y la civilidad en la campaña presidencial

en X, *María Concepción Estrada García, María del Carmen Leal Hernández, Karla Fernanda Ruíz Barrios, Fernando Ibarra Torres* 187

SECCIÓN III
ESTRATEGIAS DE PROPAGANDA ELECTORAL EN META

Introducción: sección III 225

Capítulo 8. Fundamentos para el estudio de la propaganda política digital en Meta, *Miguel Acosta Valverde, José Luis López Aguirre, Daniel Isaac Maya Méndez* 227

Capítulo 9. Estrategias de propaganda electoral digital en Meta: Sheinbaum versus Gálvez, *José Luis López Aguirre, Amanda Yunuen Rangel Gallegos, Naomi Madian Ramírez Fernández* . . 245

SECCIÓN IV
TIKTOK COMO ESCENARIO TECNOPOLÍTICO

Introducción: sección IV 273

Capítulo 10. TikTok como nuevo escenario político en el marco de la contienda presidencial en México del 2024, *Thelma Elena Pérez Álvarez , Cyntia Cerón Hernández, María Fernanda Mancines Castañeda, Dennys Elvira Sánchez Gutiérrez* 275

SECCIÓN V
INGENIERÍA DE DATOS E IA EN LA INVESTIGACIÓN POLÍTICA

Introducción: sección V 309

Capítulo 11. Del código al discurso: ingeniería de datos para el análisis político en redes sociodigitales, *Omar Mendoza González, Jesús Hernández Cabrera, Miguel Ángel Sánchez Hernández* 311

Capítulo 12. ChatGPT-4o como asistente de análisis en campañas políticas: el caso de Sheinbaum y Gálvez en Facebook, *José Luis López Aguirre, Melissa Saldaña José, Tania Sayuri Caballero Arvizu, Carlos Uriel Gil Alvarez* 345

Sobre todos los autores 369

Prólogo. Los *nuevos lentes* para comprender los procesos electorales en México

Javier Esteinou Madrid[1]

DOI: https://doi.org/10.52501/cc.347.00.02

Democracia y comunicación

La construcción de una sociedad civilizada requiere guiarse por dinámicas democráticas que le permitan alejarse del autoritarismo y la impunidad. Respondiendo a este principio fundamental la edificación de la democracia en México demanda indispensablemente la participación libre de los ciudadanos para decidir autónomamente su voto en las fases de referendos políticos. Con la finalidad d resolver su opción política los ciudadanos requieren contar con suficiente información objetiva y oportuna sobre las diversas ofertas política existentes para determinar correctamente su elección y evitar mecanismos de manipulación. Por consiguiente, la calidad de la democracia depende de la calidad de la información que reciban los ciudadanos para actuar en la sociedad, especialmente en periodos plebiscitarios.

Con esta finalidad a lo largo del siglo xx la sociedad mexicana utilizó los medios tradicionales de comunicación como la prensa, la radio y la televisión para la difundir a la población las distintas propuestas de los partidos políticos, y con ello, dotar a los ciudadanos con suficientes alternativas informativas para decidir libre, plural y responsablemente su voto. A través de tales infraestructuras se efectuaron las campañas de las instituciones políticas para el recambio de los principales poderes públicos en la Repú-

[1] Profesor Distinguido por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) e Investigador Emérito del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI), México. Correo electrónico: jesteinou@gmail.com

blica, a nivel federal y regional, con la mira de elegir presidentes, diputados, senadores, gobernadores, munícipes, regidores, sindicaturas y cargos auxiliares.

De esta forma, los canales de difusión masivos actuaron como los mediadores que establecieron un asiduo contacto vertical entre la oferta política de los candidatos y la fabricación de la conciencia de los electores, desempeñando un papel clave en la construcción de su percepción de la realidad, y por lo tanto, sobre la decisión del voto de los individuos y los resultados de las elecciones. Se convirtieron en los principales organismos de propagación de la información político-electoral para conformar el conocimiento que cimentó la opinión pública masiva con la que se alimentó la conformación de la conciencia cotidiana de los votantes con objeto de tomar las decisiones electorales más relevantes para definir el destino de sus vidas.

Tal amplio proceso de difusión colectivo creó el *espacio público mediático* que contribuyó a determinar esencialmente el tipo de cultura política existente durante el siglo XX en México.

El moderno ecosistema digital

Sin embargo, a partir de principios del siglo XXI, con la acelerada evolución de las tecnologías de información, vía el desarrollo de internet y las redes sociales, emergió un nuevo modelo horizontal de comunicación virtual que transformó radicalmente el paradigma mediático convencional dando origen un moderno *ecosistema digital* que transformó profundamente las dinámicas de la comunicación política contemporánea en la nación.

Dicha mutación cultural no significó que la acción de los medios colectivos de propagación clásica desapareciera de la *esfera pública* nacional, sino que implicó que tales instituciones reubicaron su lugar central o hegemónico en la edificación de la visión simbólica de los ciudadanos sobre la realidad cotidiana, para ahora emigrar al nuevo complejo sistema digital de producción de las representaciones usuales de la realidad. Así, en las últimas dos décadas el fenómeno de la creciente digitalización generado por las redes sociales desplazó progresivamente a los legendarios canales

de difusión hacia el vertebral terreno digital, debido a su gran horizontalidad, su extenso alcance, bajo costo, total instantaneidad, enorme interactividad, gran alcance, y capacidad de segmentación en las comunidades.

Con ello, se crearon velozmente entornos hiperconectados donde la principal "percepción de lo real" creciente y rápidamente se trasladó del clásico sistema de información masivo, al complejo socio digital de conocimiento virtual cotidiano.

Esta poderosa intervención socio digital sobre el *espacio público* provocó el surgimiento de otros usuarios activos que reconfiguraron las jerarquías tradicionales del sistema de poder comunicativo. Tales nuevos actores se denominaron *Prosumidores* que se caracterizaron por aportar nuevas formas de participación ciudadana mediante la producción y difusión de infinitas variantes de expresiones en el ciberespacio que generaron una potente fuerza cotidiana de influencia social.

Mediante esta transfiguración el "derecho ciudadano a saber" sobre las diversas opciones políticas vinculadas con los principales asuntos públicos de la sociedad, se trasladó, cada vez más, rápido del tejido de los medios de comunicación masivos tradicionales a la acción de las frescas redes socio digitales individuales en el país.

Tal radical metamorfosis de los mediadores tecnológicos adquirió una dimensión de expansión e importancia extrema durante la epidemia del *Covid 19*, pues el empleo de las tecnologías virtuales se convirtió coyunturalmente en el principal sistema nervioso colectivo de emergencia para que los habitantes pudieran vincularse entre sí, actuar preventivamente ante la urgencia sanitaria, e incluso, ejecutar diariamente sus tareas laborales e institucionales en esta fase de urgencia coyuntural vía estas herramientas digitales.

Dicho fuerte salto tecnológico dio origen al nuevo *espacio público digital* denominado *ciberespacio* a través del cual la sociedad generó interactuó y orientó su vida cotidianamente. Una de las características cruciales del ciberespacio es que permitió crear con enorme independencia, celeridad, autonomía, pluralidad y dinamismo "otro conocimiento" cotidiano sin filtros sobre la realidad social. La difusión autónoma de dicha "nueva percepción" de los hechos por los ciudadanos, en algunos casos construyó otra visión informativa que no proporcionaba la programación del sistema

de medios de comunicación masiva establecidos, y en otros casos, generó profundas deformaciones de la realidad que llegaron a convertirse en la transmisión de *fake news* con graves impactos de *posverdad* sobre el funcionamiento de la sociedad.

En síntesis, el funcionamiento global de la sociedad evolucionó del lento modelo analógico de operación, al vertiginoso patrón digital de desempeño y articulación rutinaria.

La emergencia de la "política digital"

Con el surgimiento del nuevo sistema de interacción virtual se modificó radicalmente la existencia de los intermediarios técnico-comunicativos que actuaban entre los partidos políticos y la sociedad dando origen a la nueva política digital y a los "candidatos virtuales". Esta nueva dinámica trastocó sustancialmente el volumen, las formas, las velocidades, los contenidos, las versatilidades, los comportamientos y los costos con las cuales los contendientes electorales se conectaron coyunturalmente con el electorado.

Por intermedio de este novel paradigma de vinculación multilateral los partidos políticos desafiaron los modelos verticales de comunicación acostumbrados fabricando otro prototipo de comunicación colectivo más directo, plural, instantáneo, móvil, ubicuo horizontal, e interactivo con los ciudadanos; y de manera viceversa, los ciudadanos pudieron responder a las propuestas partidistas con la misma creatividad, rapidez e intensidad. El veloz y seductor poder persuasivo alcanzado por la dinámica de la retórica digital, particularmente por el manejo de las emociones, conquistó eficientes alternativas para configurar los discursos, las identidades, las orientaciones, las propuestas, etcétera, de los partidos políticos con la finalidad de influir sobre los campos de conciencia de los sufragantes para persuadir su voluntad y obtener votos.

De esta manera, el empleo de novedosas plataformas virtuales como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *X* (antes *Twitter*), *YouTube* y *TikTok*, se convirtieron en las modernas herramientas comunicativas colectivas para producir en el siglo XXI una nueva comunicación política que no fueron capaces de orquestar los medios masivos de difusión convencionales en

México. Así, las plataformas digitales y las redes socio digitales amplificaron el alcance y la capacidad de partición de la audiencia, facilitando la difusión de mensajes políticos de forma más efectiva y personalizada que no logró obtener el antiguo *sistema mediático* monopólico.

En este sentido, es fundamental subrayar que mediante la exposición de los lenguajes digitales en el *espacio público virtual* no solo quedaron actuando espectacularmente en el ambiente colectivo diversas retoricas u oratorias, sino que estos procesos construyeron subjetividades y emocionalidades muy específicas que guiaron, y en algunos casos, determinaron los comportamientos humanos.

Por ende, el nuevo *ecosistema digital* conquistó un éxito propagandista más potente, crecientemente más preciso y con un uso más eficiente de los recursos invertidos, a diferencia de la implementación de las estrategias de campañas propagandísticas tradicionales que predominaron durante gran parte del siglo xx.

Los desafíos

Empero, la emergencia de la *era digital* no solo representó un interesante y atractivo fenómeno modernizador de los procesos comunicativos, sino también obligó a crear nuevas concepciones explicativas, métodos de estudio y técnicas de abordaje concretas para comprender la evolución del novel mundo virtual, desentrañar el impacto sobre la comunicación humana y puntualizar las consecuencias sobre el funcionamiento global de la sociedad. Frente a este desafiante escenario, las ciencias sociales enfrentaron la urgente necesidad de desarrollar otros métodos analíticos innovadores que permitieran abordar el análisis del discurso político digital de forma eficiente y rigurosa.

Así, la acelerada y constante tendencia de evolución digital en la etapa contemporánea del desarrollo nacional, exigió la constante creación de nuevas perspectivas analíticas de naturaleza teórica, metodológica y pragmática para asimilar el fenómeno del discurso político en la era virtual: la retórica digital. Dicha demanda epistemológica adquirió especial relevancia en el contexto de los plebiscitos electorales, donde los mensajes políti-

cos se desplegaron de manera estratégica, multimodal y fraccionada para crear una comunicación política de naturaleza digital más empática y cercana con los ciudadanos, reduciendo su difusión en el sistema mediático masivo habitual.

La elección presidencial de 2024

La profunda transformación del ecosistema comunicativo experimentado en la República mexicana en las últimas dos décadas se plasmó con especial énfasis durante la elección presidencial de 2024 donde el trabajo de proselitismo político electoral osciló marcadamente hacia el escenario digital, disminuyendo su presencia en el complejo tejido mediático ortodoxo de la República.

Dicho proceso de referéndum se convirtió en un suceso inédito en la historia de los sufragios de México, ya que por una parte, por primera vez, en la genealogía de los comicios nacionales dos mujeres concursaron como principales figuras para luchar por la presidencia de la República: Claudia Sheinbaum Pardo y Xóchitl Gálvez Ruiz. Por otra parte, en tal competencia ambas contendientes se caracterizaron por el destacado uso que realizaron de las plataformas digitales para efectuar su proselitismo electivo, colocando como zonas estratégicas sus figuras políticas con una alta centralidad en el *espacio digital* de la disputa política.

En esta forma, siguiendo la tendencia modernizadora para alcanzar mayor eficacia en la elección presidencial mexicana de 2024, se utilizó todo el universo disponible de las redes socio digitales compuesto por plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *X* (antes *Twitter*) y *TikTok*, para interactuar políticamente con los ciudadanos en el *espacio público digital*, especialmente con los *prosumidores*, que fueron los núcleos más activos durante la contienda.

Mediante tales plataformas tecno-políticas se favorecieron las formas de espectacularización, sentimentalización y juvenilización del discurso político utilizado para seducir cotidianamente a los públicos. Cada mensaje disparado a través de estas avanzadas infraestructuras de comunicación digitales no solo actuó como transmisores de novedosas informaciones

atractivas, sino se convirtieron en seductoras ventanas narrativas para vincularse empáticamente con los electores. Ambas postulantes crearon imágenes específicas de sí mismas como candidatas para exponer de manera original sus personalidades, reputaciones, trayectorias, autoridad, valores, sentimientos y futuros proyectos de gobernabilidad para el país.

Los "nuevos ojos" para desentrañar los procesos electorales

Dentro de este muy complejo contexto federal de renovación de poderes públicos nacionales capitaneado por dos relevantes figuras femeninas, los análisis realizados por múltiples académicos bajo la coordinación del Dr. José Luis López Aguirre en el libro denominado "La contienda digital por el voto: Narrativas, propaganda y algoritmos en la elección presidencial de 2024" cobraron una importancia fundamental para entender los derroteros digitales de la dinámica electoral federal en la República. A través de este muy riguroso, progresivo, creativo y exhaustivo esfuerzo intelectual inédito se logró dibujar el mapeo integral de la primera contienda presidencial mexicana centrado en dos candidaturas femeninas, con comparación sistemática de estilos de dirigencia y calibración de niveles de credibilidad alcanzados, emociones y pruebas/razonamientos.

El gran esfuerzo epistemológico realizado colectivamente con diversidad de enfoques estableció nuevos estándares en la indagación teórica, metodológica y empírica de la investigación electoral que no se habían alcanzado integralmente en el análisis de los sufragios en México

En primer término, el estudio goza teóricamente de un andamiaje conceptual y técnico robusto para examinar las campañas en el entorno digital mexicano. Su principal valor radica en ensamblar la retórica, las métricas de interacción, la propaganda pagada, la performatividad audiovisual y la infraestructura de datos, ofreciendo integralmente un modelo replicable y auditable. Con ello, se superaron los estudios aislados por plataforma, con sesgos de muestreo (popularidad, *bots*, etcétera) y con énfasis restringido a métricas descriptivas. Esta observación propuso un abordaje sistémico que rearticuló la retórica clásica en el ecosistema

algorítmico contemporáneo, ofreciendo un armazón técnico reproducible para otros casos.

Vía esta meritoria labor de investigación académica se abrieron novedosos caminos reflexivos para entender con mayor claridad las características, dinámicas, estilos y consecuencias de la propaganda política digital en la nueva sociedad mexicana virtual del siglo XXI. Su rigurosidad analítica demostró que una misma narrativa expuesta en diversas plataformas digitales con gramáticas diferenciadas rinde resultados muy distintos según es la ecología simbólica de cada red de comunicación comunitaria donde actúa.

Tal riqueza conceptual permitió ubicar esta deliberación global como una aportación fuera de serie hasta el momento, en un lugar único dentro del progreso del conocimiento del campo de la ciencias sociales y de la comunicación electoral contemporánea; pues su aportación epistemológica situó su contenido en la vanguardia del *estado del arte* de los estudios sobre las campañas políticas realizadas en el ámbito digital en México. Es la aportación holística más completa, articulada y avanzada que actualmente existe en el campo de la investigación de la comunicación política digital durante los comicios del país.

En segundo término, metodológicamente la reflexión general se caracterizó por construir un original modelo integrador actualizado que está fundado en la reconfiguración de conceptos básicos de la retórica clásica que articula la oratoria ancestral conformada por el *Ethos* (sentimientos), *Pathos* (emociones) y *Logos* (pruebas/razonamientos) con su correspondiente adaptación al *Logos Digitalis* moderno *(*ecosistema digital). Tal herramienta permitió observar simultáneamente con mucho rigor realidades como credibilidad, emociones, tópicos discursivos e interacciones sociales en las campañas presidenciales del 2024.

Por intermedio de la aplicación de múltiples metodologías interdisciplinarias de análisis de naturaleza mixta (cualitativas y cuantitativas), se examinó el amplio *"Logos Digitalis"* producido en el plano textual e hipertextual para transmitir los argumentos, las narrativas, las imágenes, las propuestas, los volúmenes, la temporalidad y las interrelaciones que alimentaron la dinámica de esta trascendente etapa de decisión ciudadana para transformar la situación de la política en la sociedad mexicana. Esta

analítica permitió identificar las mentalidades, emociones y sentimientos de los electores generados a través de las redes socio digitales para movilizar, en un sentido u otro, a las audiencias digitales en la campaña de sucesión presidencial de este periodo electivo.

Dicha categoría del "*Logos Digitalis*" es una contribución muy original que puede convertirse en un referente teórico para futuras generaciones de investigadores en esta área de reflexión. En el mismo sentido, la infraestructura técnica para analizar la construcción de narrativas políticas es otro valioso insumo metodológico replicable para nuevos proyectos de estudio en el ámbito de las ciencias sociales. Aportación metodológica especial fue la estrategia de pasar del *big data* al *smart data* fijando umbrales de selección, reduciendo sesgos, comparabilidad entre muestras y con reglas claras de balance temporal para entender los sucesos de la comunicación digital.

El conjunto de estas cualidades heurísticas convirtió esta obra en una referencia teórico-metodológica fundamental para guiar próximas indagaciones sobre los plebiscitos, tanto comparativas como aplicadas, en el campo de la comunicación política nacional.

Por último, en tercer término, empíricamente la sólida disección del fenómeno de comunicación digital en los comicios de 2024 permitió ubicar con precisión sistemática original la existencia de dos patrones discursivos y estrategias divergentes de la retórica digital en las campañas políticas de cada candidata, en la que una contendiente alcanzó el triunfo y la otra una amplia derrota electoral.

De esta forma, la agudeza del extenso estudio localizó dos tipos de modelos muy contrastantes en el uso de los recursos digitales para sustentar la primera campaña proselitista donde dos muy relevantes competidoras disputaron digitalmente el voto en este trascendente sufragio presidencial. Por un lado, el prototipo de comunicación digital de Claudia Sheinbaum Pardo se caracterizó por ser una propuesta muy racional, progresiva, estructurada, priorizando un *ethos* institucional que enfatizó continuidad gubernamental, profesionalismo y apego al proyecto de la *Cuarta Transformación*, con un cierre eficiente y moderado en gastos operativos. Por otro lado, el prototipo de comunicación digital de Xóchitl Gálvez Ruiz se distinguió por basado en una estrategia de imagen más emocional, re-

activa contra el poder establecido, confrontativa hacia su opositora, ampliamente disruptivo versus el gobierno morenista, utilizando un lenguaje coloquial con signos de cercanía informal e intensivo careo hacia su opositora en la recta final, con altos niveles de inversión publicitaria.

En este sentido, los análisis efectuados lograron ofrecer elementos de evidencia comparada de cualidades, narrativas diferenciadas y afectos protagonizados por ambas mujeres, enriqueciendo el estudio de liderazgo femenino y la violencia política de género practicada en ambientes digitales.

En suma, esta generosa iniciativa de reflexión colectiva visibilizó plenamente el papel de las emociones y de la propaganda digital en la construcción del voto, evidenciando cómo la política mexicana ya ingresó plenamente en la *lógica algorítmica* de segmentación y *microtargeting* de la cultura política nacional.

Impacto social

Sin embargo, el valor de esta obra no solo residió en posibilitar que nuestras mentes pudieran penetrar teórica, metodológica y empíricamente en las intrincadas entrañas que conforman los nuevos procesos de los sufragios digitales de la República en 2024; sino que también aportó, entre otras, las siguientes ocho ganancias para conocer y superar los futuros plebiscitos nacionales:

Primero, la luminosidad heurística de este trabajo grupal contribuirá a crear un modelo integral para auditar, interpretar y educar sobre la comunicación política de los referéndums en entornos digitales, con lo cual no solo se ilustra el momento histórico de la elección presidencial con dos candidatas mujeres como protagonistas notables, sino que también establece parámetros éticos y metodológicos que fortalecen la transparencia, el equilibrio, la intervención informada y la cultura cívica que son pilares de cualquier sociedad con democracia madura.

Segundo, los exámenes proporcionan creativos modelos conceptuales y metodológicos para replicar su diseño en el corazón del estudio de las futuras dinámicas plebiscitarias en México y otras naciones contemporáneas. Tales importantes apoyos se potenciaron sustancialmente con el em-

pleo de herramientas avanzadas de la Inteligencia Artificial como el uso del *ChatGPT*.

Tercero, la exploración socio-comunicativa paralelamente ofrece herramientas para estudiar fenómenos críticos como la desinformación, los *bots* y la polarización que amenazan la integridad electoral.

Cuarto, el desarrollo de la perspectiva empírica dotó de relevante evidencia concreta sobre las desigualdades y las violencias simbólicas de género introducidas al proceso comicial, donando insumos que pueden influir en la futura creación de normativas que posibiliten tener campañas limpias y con perspectiva de género.

Quinto, la generación de esta masa de conocimientos de punta coadyuvará a vigorizar la cultura democrática al documentar con rigor las formas cómo las plataformas digitales moldean las percepciones ciudadanas, generando un archivo histórico de experiencias indispensables para evaluar la calidad de las gestiones electorales en la República mexicana.

Sexto, los insumos empíricos generados contribuirán a que los partidos políticos y las autoridades queden obligados a rendir cuentas sobre la realización de su estrategia de comunicación virtual y su inversión en plataformas digitales, lo cual fortalecerá la transparencia de las votaciones, condición indispensable para una democracia confiable.

Séptimo, las indagaciones realizadas servirán como herramientas perfeccionadas de civilidad democrática para que las organizaciones ciudadanas y académicas vigilen la calidad del discurso político-electoral, las desigualdades y sesgos comunicativos introducidos en la competencia de los sufragios; localicen desinformaciones o ataques coordinados; descubran la violencia mediática en las votaciones; detecten manipulaciones informativas; y transparenten la acción de los algoritmos políticos; entre otros beneficios. Todas las cuales son condiciones sustanciales que deben asegurar su existencia para consolidar la equidad, la inclusividad y la limpieza del debate público.

Finalmente, octavo, dichas reflexiones sistemáticas podrán apoyar la alfabetización mediática digital para resistir las estrategias de desinformación, alimentando la formación de una ciudadanía critica que pueda identificar y denunciar sugestivas campañas de propaganda encubierta y narrativas emocionales deformadoras que dañen la mesura de los referéndums.

Caminos abiertos

Por ende, la muy oportuna creación académica de esta masa de pensamiento analítico produjo "nuevos ojos" teóricos, metodológicos y empíricos para enfrentar críticamente el urgente desafío de comprender con mayor profundidad y nitidez la naturaleza de los fenómenos electorales en nuestra nación. Las contribuciones intelectuales de este trabajo fortalecen la democracia nacional porque documentan, sistematizan y visibilizan los procesos de comunicación de la gestión digital, proponiendo al mismo tiempo herramientas replicables para la vigilancia, la inclusión y la formación civil.

En un contexto donde los algoritmos, la propaganda subterránea y las *fake news* pueden erosionar la confianza pública, este libro actúa como un mecanismo de contrapeso reflexivo de defensa de la libertad ciudadana, ayudando a consolidar elecciones más transparentes, imparciales y participativas en el país. Por ello, el continuar avanzando rigurosamente por los senderos intelectuales abiertos a través de las páginas de esta obra de pensamiento colectivo ayudará a reducir la nebulosidad de los comicios digitales, contribuyendo a crear una democracia de mayor calidad en el convulsionado México que se desenvuelve en el tercer milenio de la historia nacional.

Narrativas y estrategias digitales en la campaña presidencial de 2024 de José Luis López Aguirre, Blanca Nahayeli Gómez Aguilera y María Concepción Estrada García (coordinadores), publicado por Ediciones Comunicación Científica, S. A. de C. V., se terminó de imprimir en diciembre de 2025, Litográfica Ingramex, S. A. de C. V., Centeno 162-1, Granjas Esmeralda, 09810, Ciudad de México. El tiraje fue de 200 ejemplares impresos y en versión digital para acceso abierto en los formatos PDF, EPUB y HTML.
Formación: Juliana Avendaño López
Cuidado de la edición :Isaías Acuña

La presente obra colectiva sobre la histórica elección presidencial de 2024, protagonizada por dos mujeres, representa una detallada cartografía analítica de la contienda electoral que se verificó en las redes sociodigitales de Meta (Facebook e Instagram), X (antes Twitter) y ahora TikTok. A través de una innovadora estrategia teórico-metodológica se ofrece una mirada rigurosa e interdisciplinaria para comprender las narrativas y estrategias digitales desplegadas por las candidatas Xóchitl Gálvez y Claudia Sheinbaum, actual presidenta de México.

Dr. José Luis López Aguirre
Coordinador del Proyecto de investigación "La construcción de la comunicación política electoral en las redes sociodigitales en México desde la configuración del ethos, pathos y logos".

En un contexto donde los algoritmos, la propaganda subterránea y las *fake news* pueden erosionar la confianza pública, este libro actúa como un mecanismo de contrapeso reflexivo, ayudando a entender los derroteros digitales de la dinámica electoral en la República. Por ello, el continuar avanzando rigurosamente por los senderos intelectuales abiertos por las páginas de esta obra de pensamiento colectivo ayudará a reducir la nebulosidad de los comicios digitales, contribuyendo a crear una democracia de mayor calidad en el convulsionado México del tercer milenio de la historia nacional.

Dr. Javier Esteinou Madrid
Profesor Distinguido por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) e Investigador Emérito del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII)



José Luis López Aguirre es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor-investigador en la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana. Profesor titular del Seminario Análisis de Comunidades Virtuales y Redes Sociodigitales y dirige el Observatorio de Medios Digitales. Integrante del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores del SECIHTI, nivel 1.



Blanca Nahayeli Gómez Aguilera es Doctoranda en Ciencias Humanas por la UNSAM, con maestrías en Marketing e Innovación Social y en Análisis del Discurso. Especialista en Comunicación digital, investiga interacciones en redes y participa en proyectos internacionales y observatorios de medios.



María Concepción Estrada García es Candidata a doctora en Pedagogía. Licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la FES Aragón, UNAM. Coordina el Observatorio de Medios de la misma Facultad. Ha publicado artículos de investigación sobre comunicación política en campañas electorales, perspectiva de género, lenguaje incluyente y sin sexismo y verificación y notas falsas.

DOI.ORG/10.52501/CC.347

ISBN: 978-968-9738-27-5