

Presentación



DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.347.00.01>

A la memoria del Dr. Manuel Ortiz, entrañable amigo y colega, cómplice de este esfuerzo colectivo.

En la presente obra colectiva se coronan tres lustros de intenso, continuo y fructífero trabajo interinstitucional, en el que ha participado y dejado huella un amplio grupo de talentosos y comprometidos profesores investigadores y estudiantes de las Ciencias de la comunicación, sociales, humanas y de la computación. Alrededor de una veintena de investigadores y más de doscientos estudiantes, con la colaboración de expertos del campo profesional, nos han acompañado en esta aventura por las omnipresentes plataformas que habitan el poderoso imperio de las redes socio-digitales.

Con un temerario equipo de alumnos del ahora emblemático Seminario de Comunidades Virtuales de la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana¹ emprendimos nuestra primera incursión para estudiar la participación ciudadana en las elecciones presidenciales de 2012 en México. A pesar de que en ese entonces algunos colegas despreciaban el papel de las novedosas redes sociales en la campaña electoral, publicamos nuestro primer capítulo “Mexican Elections Travel to Social Media: How Citizens Participated through YouTube, Facebook, and Twitter” en el libro *Social Media and Politics. A New Way to Participate in the Political Process* (editorial Praeger, 2017).

¹ Agradezco la visión del Dr. Carlos Sánchez Ilundáin por desafiarme a impartir dicho seminario cuando estaba celebrando con mi esposa en Madrid la defensa exitosa de mi Tesis doctoral (2009). Nunca olvidaré su llamada: “Ahora que andas por allá, empieza a buscar libros porque vas a impartir la materia de Comunidades virtuales cuando regreses”.

Motivados por esta novedosa publicación y la exposición de nuestros resultados de investigación en congresos nacionales e internacionales, en donde los estudiantes tuvieron destacadas intervenciones, decidimos crear un Grupo de investigación sobre el fenómeno de las redes sociodigitales y su impacto en la comunicación, nuestro querido GIRO. Posteriormente, arropados por el Observatorio de Medios Digitales de la Universidad Panamericana, que a la fecha coordino, nos sumamos a la ambiciosa observación de las elecciones federales de 2018 en México, coordinada desde la Red de Observatorios de Medios del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

Con un entusiasta grupo de investigadores y estudiantes de seis universidades públicas y privadas² integramos el proyecto de investigación “Análisis de las redes sociodigitales en el modelo de comunicación electoral implementado en la campaña presidencial de 2018”. Éramos no sólo el equipo más numeroso, sino también el más diverso. A pesar de la COVID-19, con este equipo variopinto publicamos nuestro primer libro colectivo: “Agenda sociodigital de la campaña presidencial de 2018. Temas, emociones y notas falsas que motivaron la interacción político-ciudadana”. Este primer gran esfuerzo nos ayudó a evidenciar el creciente papel de las “benditas redes” en la comunicación política electoral, como las calificara el entonces candidato ganador de la Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador.

La experiencia y conocimientos adquiridos en esta publicación, en la que definimos las líneas de investigación que articularían nuestra próxima investigación, nos permitieron obtener el fondo Fomento a la Investigación UP 2019. Este importante y generoso apoyo nos impulsó a afinar y articular nuestras líneas de investigación en torno a una estrategia que orientara los diversos modelos teóricos y explotara nuestras valiosas bases

² Nuestro grupo pionero se integró por una decena de profesores investigadores y cerca de 60 alumnos de licenciatura y posgrado de seis universidades privadas y públicas mexicanas y una extranjera: Universidad Panamericana campus Ciudad de México, Universidad Autónoma de Coahuila campus Torreón, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Baja California campus Mexicali, Universidad Intercontinental, la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la UNAM y la Universidad Complutense de Madrid.

de datos mediante la integración de métodos cuantitativos y cualitativos. El propósito, valga la metáfora: era ofrecer, como los pintores flamencos de los siglos xv y xvi, una perspectiva macro y micro del multicolor paisaje de las redes sociodigitales.

El resultado: una segunda obra colectiva, “La retórica digital del discurso político electoral en Twitter: análisis del logos, ethos y pathos. Aportaciones de la Ciencia de datos en el estudio de temas y sentimientos”, publicada en 2021. En este libro, apuntó el Dr. Jorge Hidalgo en el prólogo, “se indaga la nueva forma discursiva del entorno digital, la manera en cómo la comunicación política formula narrativas y significados desde la argumentación metalingüística que permite un post, un tuit, un meme, una frase, una cita y que finalmente se traduce en una emoción”.

Con un grupo de investigación ya maduro, ganamos en 2022 un nuevo fondo de la Universidad Panamericana³ para consolidar nuestras investigaciones. Mediante el proyecto interinstitucional “La construcción de la comunicación política electoral en las redes sociodigitales en México desde la configuración del ethos, pathos y logos” analizamos la campaña por la gubernatura del Estado de México de 2023. Elección de suma importancia, porque se trata de la entidad con el mayor número de votantes en el país, en la que por primera vez en la historia política mexicana contendieron dos mujeres. Para este análisis se sumaron dos pertinentes líneas de investigación: Perspectiva de género y Propaganda electoral en las redes sociodigitales.⁴

En este resumido recorrido de 15 años de aprendizajes compartidos, enmarcado por numerosas ponencias, capítulos de libros, artículos de investigación y tesis de licenciatura y posgrado, se finca esta tercera obra colectiva, cuyo objeto de estudio es la campaña presidencial de 2024 en México. El objetivo de investigación que concebimos hace varios años se mantiene como la brújula que guía estas nuevas indagaciones: Analizar en qué medida y cómo las redes sociodigitales, componente del modelo de comunicación política mexicano, tienen el potencial de promover u obsta-

³ Fondo Fomento a la Investigación 2022: UP-CI-2022-MX-03-COM.

⁴ Los artículos de investigación relacionados con estos análisis se encuentran publicados en el monográfico “Retórica digital del discurso político” de la Revista Panamericana de Comunicación (julio-diciembre 2023, en: <https://revistas.up.edu.mx/rpc/issue/view/197>).

culizar la participación ciudadana en los procesos electorales contemporáneos.

El estudio realizado de la histórica elección presidencial de 2024, protagonizada por dos mujeres, representa una detallada cartografía analítica de la contienda que se verificó en las redes sociodigitales de Meta (Facebook e Instagram), X (antes Twitter) y ahora TikTok. A través de unos nuevos lentes —como señala el Dr. Javier Esteinou en el prólogo— se ofrece una mirada rigurosa, interdisciplinaria e innovadora para comprender las narrativas y estrategias digitales desplegadas por las candidatas Xóchitl Gálvez y Claudia Sheinbaum, actual presidenta de México.

La estrategia teórico-metodológica que articula los 12 capítulos que integran este libro se fundamenta en el modelo teórico que hemos denominado Retórica digital y en un diseño metodológico mixto sustentado en la aplicación del concepto *smart data*, respaldado por instrumentos de investigación y algoritmos de creación propia, a lo que se suma el uso de la inteligencia artificial generativa. Este dinámico sistema —semejante a un juego de lego, en el que cada equipo selecciona y justifica sus piezas conceptuales y metodológicas para construir sus propios modelos de análisis— permea las diferentes miradas que conviven en esta nueva obra colectiva, en la que, como es costumbre, nuestros estudiantes participan como coautores.

El libro se encuentra organizado en cinco secciones, con sus introducciones particulares, que corresponden a las líneas de investigación de nuestros equipos de trabajo. Les invito a la lectura del generoso prólogo escrito por uno de los colegas más respetados y reconocidos de nuestro campo de estudio. Así como a conocer los hallazgos, aportaciones y reflexiones en torno al análisis integral del discurso político digital de las candidatas presidenciales desde las categorías de la retórica digital, la perspectiva de género, las estrategias de propaganda digital, la performatividad en TikTok y las novedosas contribuciones de la ingeniería de datos y la inteligencia artificial generativa.

Aprovecho para reconocer el desempeño, tesón y compromiso de mis colegas investigadores en este proyecto de investigación de largo aliento, así como el sobresaliente trabajo de nuestros jóvenes coautores, asistentes y colaboradores de investigación. Y también agradecer la invaluable cola-

boración de nuestro Comité de dictaminadores para la revisión por pares (doble ciego) y la labor editorial del equipo de Comunicación científica, que coadyuvó para que esta ambiciosa publicación viera la luz.

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”.
Ciudad de México, agosto de 2025

