

Introducción: sección III



DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.347.07.01>

Esta sección ofrece un modelo de análisis para estudiar la propaganda electoral en las plataformas de Meta, el cual fue aplicado para estudiar las estrategias desplegadas por las entonces candidatas Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez durante la contienda presidencial mexicana de 2024.

El capítulo 8, “Fundamentos para el estudio de la propaganda digital en Meta”, desarrolla las bases conceptuales y metodológicas necesarias para examinar la publicidad política en redes sociodigitales, utilizando como fuente la Biblioteca de Anuncios de Meta. En dicho capítulo se describe cómo la digitalización de las campañas en las dos últimas décadas ha transformado las formas de vinculación entre candidaturas y electorado, al permitir la microsegmentación de mensajes y la apelación emocional mediante propaganda computacional. Asimismo, se recuerda la relevancia política adquirida por Facebook tras episodios como el escándalo de Cambridge Analytica, el Brexit y la elección presidencial de Donald Trump en 2016, que evidenciaron la necesidad de transparentar la publicidad política digital.

Es en el capítulo 9, “Estrategias de propaganda electoral en Meta: Sheinbaum versus Gálvez”, donde se aplica el modelo de análisis propuesto en un estudio comparado de ambas candidaturas, a partir de variables como volumen y temporalidad de anuncios, inversión, segmentación demográfica, tópicos discursivos y recursos multimedia utilizados. El análisis reveló dos estrategias contrastantes: Sheinbaum desplegó una campaña

estructurada y progresiva, mientras que Gálvez optó por una estrategia emocional y frontal. Ambas, sin embargo, coincidieron en privilegiar el formato audiovisual como vehículo central para captar la atención del electorado y generar vínculos emocionales.

Estos resultados confirman que las redes sociodigitales se han convertido en escenarios centrales de la competencia política contemporánea, gracias a su capacidad de segmentación algorítmica, inmediatez y a su atractivo diseño narrativo. Al mismo tiempo, invitan a reflexionar sobre las implicaciones democráticas de una comunicación política digital que favorece la microsegmentación y la apelación emocional por encima del debate argumentativo como mecanismo de persuasión ciudadana.