

Introducción: sección IV



DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.347.09.01>

La presente sección expone la propuesta y aplicación de un modelo teórico-metodológico para el análisis de los textos audiovisuales difundidos en la plataforma TikTok durante la campaña presidencial mexicana de 2024. El uso de esta plataforma social, basada en la publicación de microvideos, constituyó un recurso novedoso en la comunicación política de las candidatas y planteó un reto para su estudio académico. Para abordarlo, se desarrolló un marco conceptual sustentado en las nociones de plataformización y tecnopolítica, entendidas como procesos que articulan dimensiones sociotécnicas y comunicativas. Estos procesos influyen en la forma en que se producen y circulan los contenidos, en la construcción de narrativas estratégicas y en las dinámicas de interacción entre candidatas y audiencias. A partir de este encuadre, se diseñó una metodología *ad hoc* de carácter mixto para analizar la performatividad de los textos audiovisuales. Se identificaron los videos con mayores niveles de interacción y, sobre esa base, se realizó un análisis cualitativo que permitió reconocer patrones narrativos y estrategias de comunicación de alto impacto. El estudio consideró la puesta en escena y la actuación de las candidatas, observando cómo recurrieron a diferentes máscaras discursivas y visuales para proyectar una imagen de sí mismas y establecer vínculos con las audiencias.