



DICTAMEN

TÍTULO:

*El logos digitalis en campaña:
análisis cuantitativo en Facebook y X*

ÁREA / TEMA:

Ciencias políticas

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

ARGUMENTO / SINOPSIS:

El capítulo analiza las publicaciones redes sociales de dos candidatas presidenciales, Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez. Tras un estudio cualitativo cuantitativo, determina que el mensaje de la primera fue más consistente y con una orientación más “positiva”; mientras que la estrategia de la segunda fue más inconsistente y más “agresiva”. Lo cual tuvo su efecto en los resultados electorales.

MÉRITOS A DESTACAR:

- La metodología es sólida y clara.
- Las categorías son pertinentes.
- Los gráficos son pertinentes y didácticos.
- Las conclusiones me parecen adecuadas y congruentes con la metodología.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICOWWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México



DICTAMEN

DEFECTOS A SEÑALAR:

- Quizá una comparación a la par sea más ilustrativa que una después de otra. Podría ayudar a resaltar las similitudes y diferencias entre cada candidata.
- Analizar la interacción de una publicación sin considerar el aspecto de los pagos para promoción puede resultar engañoso, ya que, especialmente durante campañas el “engagement” no suele ser natural. Si no se tiene el dato específico de promoción para cada publicación, habría que ser más cuidadoso con las conclusiones que obtengamos de este tipo de datos, ya que podemos estar viendo más los efectos de la promoción pagada más que la interacción natural de las publicaciones.
- Por último, el capítulo ve en las inconsistencias del mensaje de Xóchitl Gálvez, la causa del mal desempeño; pero creo que podría ser más bien la consecuencia. Es decir, me parece que los virajes en el mensaje y los ataques fueron provocados por la falta de crecimiento en las preferencias, y no al revés.

OBSERVACIONES CUALITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Son adecuadas, suficientes y actualizadas las referencias bibliográficas?	SÍ	NO
¿Son claros y explícitos los objetivos del trabajo?	SÍ	NO

OBSERVACIONES CUANTITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es pertinente el material estadístico y visual (mapas, gráficas, esquemas, etc.)?	SÍ	NO
¿Cuenta con introducción desarrollo y conclusión?	SÍ	NO

ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es congruente y equilibrada la estructura formal del manuscrito?	SÍ	NO
¿Son coherentes y consistentes las secciones entre sí?	SÍ	NO

VICTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM



DICTAMEN

¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos planteados?

SI

NO

¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?

SI

NO

SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

La estructura me parece adecuada. Sólo se podría considerar hacer un comparativo a la par entre las candidatas y no sucesivo.

¿HACE UNA APORTACIÓN ORIGINAL A LA DISCIPLINA?

Sí, sin duda es un tema relevante, al tratarse de una campaña presidencial reciente y especial que confrontaba por primera vez a dos mujeres con altas posibilidades de ganar la presidencia.

¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

Sí, excepto el caso que señalé acerca de la variable de interacción de las publicaciones.

¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

No.

¿ACONSEJA SU PUBLICACIÓN? ¿POR QUÉ?

Sí. Como lo he mencionado, analiza una campaña presidencial reciente y relevante al presentar, por primera vez en la historia, a dos mujeres en competencia seria por la presidencia de México. Además, el uso de redes sociales cobra cada vez mayor relevancia como estrategia para interactuar con los electores y dar a conocer las plataformas electorales. Por último, la metodología me parece sólida, congruente y clara.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México