



DICTAMEN

TÍTULO:

Estrategias de propaganda electoral digital en Meta: Sheinbaum versus Gálvez

ÁREA / TEMA:

Ciencias políticas

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / 8 / **9** / 10

ARGUMENTO / SINOPSIS:

El argumento del capítulo es claro al precisar que la investigación analiza las estrategias de propaganda electoral de Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez a partir del desarrollo de una metodología mixta.

MÉRITOS A DESTACAR:

- La utilización de la metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) que permite profundizar sobre temas complejos y le brinda rigurosidad a la investigación.
- Cumple con la importancia, la pertinencia, la oportunidad y la viabilidad de la investigación.
- Sustenta cómo se ha transformado la propaganda digital como componente esencial y determinante en las campañas presidenciales.

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



DICTAMEN

DEFECTOS A SEÑALAR:

Ninguno

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
--	-----------	----

¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos planteados?	SÍ	NO
---	-----------	----

¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?	SÍ	NO
--	-----------	----

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

- En la página 4 después del subtítulo “seguidores y actividad por plataforma” párrafo 3 sugiero mostrar primero los resultados de Gálvez en Facebook y luego los de Instagram para estar en concordancia con el párrafo anterior en donde se muestran los resultados de Sheinbaum en ese orden.

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



DICTAMEN

- Determinar para todo el cuerpo del texto si los porcentajes se mencionan con el signo de % o con la palabra porcentaje. De la misma manera hay porcentajes que se presentan entre paréntesis y otros sin paréntesis a lo largo del capítulo.
- Revisar el estilo de citación, si es APA el gráfico debe decir Figura 1 y debajo debe estar en cursivas el título.
- Revisar con base en el estilo de citación el número de la gráfica porque comienza en 9 cuando tendría que ser 1.
- Se sugiere nombrar los 10 anuncios electorales más relevantes de Sheinbaum en texto porque no se aprecian en la imagen tal y como se hace mención con Gálvez.
- En la tabla 9.1 de la página 12 homologar el título de la tabla de Gálvez es decir, primero mostrar la fecha y después el grado de relevancia.
- En la página 14, sobre el costo de los anuncios, se menciona que el de Gálvez fue uno de los más caros \$325,000.05 MXN. Al respecto, valdría la pena indicar cuál fue ese anuncio o bien el mensaje de ese anuncio.
- En la página 15 falta justificar el texto.
- En la página 15 debajo de las gráficas se sugiere agregar solo una vez la leyenda Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Biblioteca de Anuncios de Meta (2024).
- En la página 16, se sugiere mejorar la visualización de las gráficas.
- En la página 17 párrafo 1 renglón 4, la frase “¡todos a votar!” se sugiere quitar las comillas o bien los signos de exclamación.

¿HACE UNA APORTACIÓN ORIGINAL A LA DISCIPLINA?

El capítulo aporta de manera significativa a la disciplina porque:

- La forma de hacer política ha cambiado en los espacios digitales.
- Invita a abordar fenómenos sociales desde metodologías mixtas.
- Sustenta que la efectividad de una campaña digital no depende exclusivamente del monto invertido.

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



DICTAMEN

- Invita a reflexionar sobre cómo se puede abordar la propaganda electoral desde una perspectiva de género.
- Contextualmente, documenta un hecho histórico en el que por primera vez dos mujeres contienden por la presidencia y los debates fueron transmitidos a través de las redes sociales.

¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

El desarrollo de la metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) a lo largo del capítulo sustenta las conclusiones a las que llegan los autores.

¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

No, no lesiona a alguna persona o entidad.

¿ACONSEJA SU PUBLICACIÓN? ¿POR QUÉ?

Aconsejo su publicación porque además de desarrollar rigor científico propone líneas futuras de investigación y sustenta que, la propaganda digital es un componente esencial y cada vez más determinante en las campañas presidenciales. Así mismo, muestra dos modelos, uno sostenido y evolucionado y el otro, intensivo y de último momento como vías para desarrollar o analizar la propaganda electoral en tiempos de conectividad y redes sociales.

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