



Cartografía discursiva del proceso electoral 2024 en México: un análisis desde X (Twitter)

Discursive Mapping of the 2024 Electoral Process in Mexico: An Analysis from X (Twitter)

Cartografia Discursiva do Processo Eleitoral de 2024 no México: Uma Análise a partir do X (Twitter)

Gabriel A. Corral Velázquez¹

Universidad Autónoma de Querétaro (México)

corral@uaq.mx

Fecha de recepción: 3 de abril de 2025

Fecha de aprobación: 26 de junio de 2025

Fecha de publicación: 27 de junio de 2025

Resumen

Se realiza un análisis de las dinámicas discursivas generadas en X (Twitter) durante la campaña presidencial mexicana de 2024. A través de una metodología mixta basada en análisis de redes y lectura de discurso, se examinó un corpus de más de 500 tuits publicados entre marzo y mayo de 2024, seleccionados mediante muestreo temático. El estudio identifica los principales *hashtags* empleados, las cuentas con mayor visibilidad, los momentos de mayor intensidad en la conversación digital y los núcleos semánticos más recurrentes. Los resultados muestran que *Twitter* operó como un espacio de

¹ Doctor en Estudios Científico Sociales (ITESO _ México) Profesor adscrito a la Facultad de Filosofía de la Universidad Autónoma de Querétaro (México) Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SECIHTI) <https://orcid.org/0000-0002-6885-4913>

Este trabajo cuenta con el financiamiento de la beca de estancias sabáticas vinculadas a la consolidación de grupos de investigación que otorga SECIHTI (MEXICO)

confrontación simbólica donde convergen actores institucionales, usuarios comunes y medios de comunicación en torno a disputas por la legitimidad del proceso electoral, las encuestas, los debates y la figura del presidente saliente. Se detectaron tres picos de interacción que coinciden con eventos coyunturales claves: el primer debate presidencial, la filtración de encuestas internas y la marcha en defensa del INE. La nube de palabras evidencia una tensión entre narrativas institucionales y contrahegemónicas, así como una apropiación crítica del discurso mediático. Se concluye que los lenguajes digitales no solo vehiculan contenido político, sino que modelan formas de participación, interpretación y construcción de sentido en contextos de alta densidad informativa.

Palabras clave: comunicación política, lenguajes digitales, redes sociodigitales, elecciones 2024, Twitter, cultura digital

Abstract

This article analyzes the discursive dynamics generated on X (Twitter) during Mexico's 2024 presidential campaign. Through a mixed methodology combining data mining, network analysis, and hermeneutic reading, the study examined a corpus of over 500 tweets published between March and May 2024, selected using theoretical and thematic sampling. The research identifies key hashtags, the most visible accounts, peak moments of digital interaction, and the most frequent semantic cores. Results show that Twitter functioned as a space for symbolic confrontation where institutional actors, ordinary users, and media outlets engaged in disputes over electoral legitimacy, polling narratives, presidential debates, and the outgoing president's influence. Three major peaks in interaction coincided with key events: the first presidential debate, the leak of internal polling data, and a nationwide march in support of the electoral authority (INE). The word cloud reveals a tension between institutional and counter-hegemonic narratives, as well as critical appropriation of mainstream media discourse. The study concludes that digital languages do more than circulate political content; they shape participation, interpretation, and meaning-making practices in contexts of high informational density.

Keywords: political communication, digital languages, social media, 2024 elections, Twitter, digital culture

Resumo

Este artigo analisa as dinâmicas discursivas geradas no X (Twitter) durante a campanha presidencial mexicana de 2024. Por meio de uma metodologia mista baseada em mineração de dados, análise de redes e leitura hermenêutica, foi examinado um corpus de mais de 500 tuítes publicados entre março e maio de 2024, selecionados por amostragem teórica e temática. O estudo identifica as principais hashtags utilizadas, as contas com maior visibilidade, os momentos de maior intensidade da conversação digital e os núcleos

semânticos mais frequentes. Os resultados demonstram que o Twitter funcionou como um espaço de confrontação simbólica onde convergem atores institucionais, usuários comuns e meios de comunicação em disputas sobre a legitimidade do processo eleitoral, as pesquisas, os debates e a figura do presidente em fim de mandato. Foram identificados três picos de interação que coincidem com eventos-chave: o primeiro debate presidencial, o vazamento de pesquisas internas e a marcha em defesa do INE. A nuvem de palavras evidencia uma tensão entre narrativas institucionais e contra-hegemônicas, bem como uma apropriação crítica do discurso midiático. Conclui-se que as linguagens digitais não apenas transmitem conteúdo político, mas moldam formas de participação, interpretação e construção de sentido em contextos de alta densidade informativa.

Palavras-chave: comunicação política, linguagens digitais, redes sociais, eleições 2024, Twitter, cultura digital

Introducción

El lenguaje ha sido uno de los pilares fundamentales en el pensamiento filosófico, no sólo como instrumento de expresión, sino como constituyente del ser y de su experiencia en el mundo. Desde esta perspectiva, el lenguaje no se concibe únicamente como un sistema de signos o códigos, sino como el espacio desde el cual se estructura la comprensión, la interpretación y la interacción con la realidad. Autores como Buber (2013), Gadamer (2000) y Rorty(1990) han insistido en que el sentido no se encuentra encapsulado en las palabras, sino que emerge de la situación comunicativa, del contexto de enunciación y de la interacción entre los sujetos que participan en ella.

La perspectiva que enlaza la cultura, la comunicación y la filosofía, supone una forma de interpretar cómo desde el lenguaje comprendemos nuestra interacción con el mundo que nos rodea y, en ello, las herramientas con las que disponemos para interactuar en los diferentes espacios, incluso, aquellos en los que nos podemos situarnos de manera directa.

Con la expansión de los entornos digitales, los lenguajes asociados a las plataformas tecnológicas han experimentado una transformación sustantiva. En estos espacios, la comunicación no es simplemente la transferencia de información, sino una práctica social cargada de referentes simbólicos, mediada por herramientas digitales que condicionan la producción y circulación de significados. La digitalización de la vida cotidiana ha llevado a los usuarios a establecer nuevas formas de consumo, de participación cultural y de producción discursiva, donde el lenguaje, se convierte en el vehículo central de la experiencia compartida.

La configuración de estos lenguajes ha supuesto una resignificación de los vínculos entre los sujetos y los dispositivos. Las plataformas no sólo median la comunicación, sino que modelan sus formas, jerarquizan los contenidos y determinan qué narrativas alcanzan mayor visibilidad. Este fenómeno ha promovido una intensificación

de las prácticas de interacción simbólica, generando nuevas formas de comunidad, deliberación y consumo informativo. En este sentido, los lenguajes digitales se presentan como un entramado en el que convergen prácticas emergentes, dispositivos tecnológicos y estructuras socioculturales que condicionan tanto la producción como la apropiación del sentido.

Asimismo, es relevante considerar que las redes sociodigitales no sólo han sustituido espacios tradicionales de comunicación, sino que han amplificado los modos de intercambio simbólico, extendiendo los dominios de lo público hacia territorios antes considerados marginales o privados. En estas plataformas, los usuarios no sólo consumen información, sino que participan activamente en su elaboración, validación y circulación, mediante lógicas propias de la cultura digital como la viralidad, el remix, el meme o el hilo narrativo.

En el caso de México, este proceso ha estado acompañado por una digitalización acelerada que, si bien ha favorecido el acceso a la información y la conectividad, también ha puesto en evidencia ciertas brechas en términos de competencias digitales, alfabetización mediática y acceso equitativo a los recursos tecnológicos. La emergencia de lenguajes digitales no se da de manera uniforme ni neutral; está atravesada por condiciones materiales, relaciones de poder y configuraciones culturales que definen quiénes tienen la capacidad de participar, cómo lo hacen y qué efectos tiene su participación en el espacio público digital.

Este artículo tiene como propósito analizar cómo se configuran los lenguajes y los patrones de debate público digital durante el proceso electoral de 2024, a partir de la relación entre prácticas comunicativas ciudadanas, plataformas tecnológicas y medios emergentes. Se parte del supuesto de que los lenguajes digitales no son solamente formas nuevas de decir, sino estructuras de sentido que organizan la experiencia social, que permiten comprender el entorno y posicionarse políticamente en él. Es decir ¿De qué manera los lenguajes digitales y las prácticas comunicativas ciudadanas, mediadas por plataformas tecnológicas, han reconfigurado los patrones de consumo informativo y simbólico en el proceso electoral de 2024?

Marco teórico: Lenguaje, medios y cultura digital

El estudio de los lenguajes digitales precisa una aproximación que articule los enfoques conceptuales del lenguaje desde una perspectiva filosófica con las perspectivas contemporáneos de la comunicación mediada tecnológicamente. El lenguaje no es una simple herramienta para representar el mundo, sino el horizonte desde el cual se despliega la comprensión del ser. Gadamer (2000) plantea que la experiencia del mundo es siempre una experiencia mediada lingüísticamente, y que el lenguaje es el cauce por el que circulan las interpretaciones que configuran nuestra realidad compartida. Esta premisa obliga a pensar los lenguajes digitales no como códigos neutros ni como estructuras

formales cerradas, sino como prácticas simbólicas enraizadas en contextos culturales, históricos y técnicos que condicionan la posibilidad misma del sentido.

Comprender los diversos lenguajes digitales implica analizar tanto a sus estructuras formales como a las condiciones sociotécnicas y culturales que los hacen posibles. Este enfoque supone un desplazamiento del análisis hacia la interacción entre sujetos, artefactos y entornos de mediación. Desde dimensión ontológica el lenguaje, tal como se plantea en la hermenéutica filosófica, permite asumir que toda experiencia de mundo es experiencia de sentido, y que dicho sentido se construye siempre con relación a los marcos lingüísticos disponibles. En los entornos digitales, esos marcos se reconfiguran continuamente, afectando tanto la producción como la construcción del sentido.

En otro ángulo, la concepción dialógica del lenguaje propuesta por Buber (2013) introduce una dimensión relacional fundamental. En su propuesta, el lenguaje no es un instrumento de transmisión de información, sino el espacio donde se constituye la intersubjetividad. La relación con el otro no se establece sobre la base de una expresión individual, sino en un espacio simbólico compartido. Esta concepción resulta especialmente relevante para abordar las interacciones digitales, donde el lenguaje opera como mediador entre sujetos que, aunque físicamente distantes, comparten experiencias simbólicas a través de plataformas interconectadas. El lenguaje, en este contexto, no pertenece a un individuo, sino que emerge como construcción colectiva en entornos de mediación tecnológica.

Otra clave de lectura para el análisis de los lenguajes digitales es Rorty (1990), quien resalta el papel del contexto y el uso como determinantes del significado. El lenguaje no se explica por estructuras internas, sino por las prácticas sociales en las que se inserta. En este marco, la verdad no es una propiedad del enunciado, sino una función del consenso dentro de una comunidad lingüística determinada. Este enfoque resulta fecundo para analizar las dinámicas de comunicación digital, donde las condiciones de uso del lenguaje son modeladas por factores como la inmediatez, la emocionalidad, la performatividad y la lógica algorítmica que determina lo visible, lo relevante y lo compatible. En estos entornos el lenguaje adquiere una centralidad que desplaza cualquier pretensión de universalidad.

Desde los estudios de medios, McLuhan (1996), introdujo una noción clave para repensar la relación entre tecnología y lenguaje: los medios no sólo transmiten contenidos, sino que transforman las formas de percepción y las estructuras cognitivas de los usuarios. La idea de que “el medio es el mensaje” señala que todo dispositivo tecnológico reorganiza las condiciones de lo sensible y reconfigura los vínculos sociales. En el caso de los entornos digitales, esto implica que las plataformas no son canales neutrales de comunicación, sino estructuras, de capital privado, que modelan el lenguaje, orientan las prácticas discursivas y delimitan las formas posibles de relación. Las interfaces, los algoritmos y las arquitecturas de interacción se constituyen como

elementos que producen condiciones de posibilidad para la enunciación y para la interpretación.

La noción de forma simbólica desarrollada por Thompson (1993) permite pensar los productos comunicativos como expresiones significativas situadas históricamente. Estas formas, que incluyen discursos, imágenes, narrativas y objetos mediáticos, operan dentro de contextos sociales específicos que les otorgan sentido. En los entornos digitales, las formas simbólicas adquieren nuevas materialidades, temporalidades y modos de circulación. Su análisis requiere una atención especial a los procesos de codificación, decodificación y recontextualización que se producen en plataformas donde los usuarios no sólo consumen contenidos, sino que también los modifican, recombinan y redistribuyen. Estas prácticas suponen un cambio en la forma en como construimos las formas de comunicación tradicional, incluso mediática, en la medida en que se diluyen las fronteras entre emisor y receptor, autor y lector, profesional y amateur.

La transformación del ecosistema mediático contemporáneo ha sido estudiada por autores como Jenkins (2006), quien introdujo el concepto de “cultura participativa” para describir el nuevo régimen de producción simbólica en entornos digitales. En este modelo, los usuarios dejan de ser receptores pasivos y se convierten en agentes activos en la creación, circulación y apropiación de contenidos. Esta transformación no es únicamente técnica, sino también cultural: implica nuevas formas de alfabetización, nuevas competencias interpretativas y nuevas formas de organización colectiva. La participación en estos entornos está mediada por dispositivos y plataformas que estructuran los flujos de información y establecen reglas de visibilidad e interacción.

Esta lógica participativa implica una reconceptualización de las prácticas lingüísticas en el entorno digital. Los lenguajes en red son híbridos y con múltiples significados. Se construyen a partir de la combinación de textos, imágenes, sonidos, y otros elementos que articulan significados en formatos no lineales. La dimensión multimodal del lenguaje digital exige una ampliación del marco tradicional de producción de sentido, incorporando herramientas analíticas que permitan captar las relaciones entre distintos sistemas de signos y sus funciones comunicativas. Además, la velocidad y la fragmentación propias del entorno digital introducen nuevas condiciones para la interpretación, donde el contexto es móvil, efímero y frecuentemente intertextual.

En la perspectiva contemporánea que se sigue en este trabajo se establece que la participación en los medios está estrechamente vinculada a la actividad en línea, en tanto la interacción social se ha digitalizado y ha dado lugar a una multiplicidad de redes de significación. En estas redes, los usuarios definen qué tipo de interacciones tendrán entre sí y cómo configurarán sus entornos comunicativos. Los marcos de significación que se constituyen en estos espacios no son homogéneos, sino plurales, fragmentados y contingentes. Comprender los lenguajes digitales requiere, por tanto, una atención constante a la diversidad de prácticas, usos y contextos en los que se produce el sentido.

La emergencia de las redes y la web 2.0 supuso un cambio decisivo en la configuración de los lenguajes digitales. La posibilidad de crear, editar y compartir

contenidos de forma colaborativa transformó profundamente la ecología comunicativa. Los usuarios adquirieron un papel activo en la producción simbólica, apropiándose de los espacios digitales mediante prácticas que escapan a los filtros editoriales tradicionales. Esta apertura generó una dispersión acelerada de lenguajes, estilos y formatos, así como una diversificación de las prácticas comunicativas en torno a la performatividad, la expresividad y la afectividad. El carácter abierto y relacional de estas prácticas implica que los significados no están fijados de antemano, sino que se negocian constantemente en función de los contextos de recepción y las dinámicas de la plataforma.

En este contexto, los referentes simbólicos circulan con rapidez, se reconfiguran en función de las tendencias y se articulan en comunidades interpretativas que comparten códigos, referencias y valores. Las redes de usuarios generan estructuras de comunicación relativamente autónomas, donde las prácticas de producción, distribución e interpretación de contenidos responden a lógicas internas. Esta autopoiesis comunicativa, como señala Jenkins (2015), configura un espacio donde la cultura participativa opera como sistema informal de producción social. En estas dinámicas, la producción de sentido se convierte en una práctica colectiva, situada y adaptativa.

La cultura participativa, en tanto estructura configuradora de lenguajes (Barba, 2017) requiere ser entendida como un proceso colaborativo de configuración simbólica. Los usuarios, en tanto comunidad, desarrollan capacidades para la producción de contenidos, la circulación de significados y la orientación de la interacción. La creación colectiva se convierte en principio estructurante de las prácticas comunicativas, desplazando el modelo emisor-receptor por una lógica de nodos interconectados. Barba (2017) subraya la importancia de la interacción en estos procesos, donde cada contribución no sólo enriquece el contenido, sino que orienta, modela y guía las participaciones futuras. Esta lógica reticular, descentralizada y cooperativa introduce nuevas formas de autoridad simbólica, legitimidad discursiva y jerarquización del contenido.

El papel de las plataformas digitales como espacios de significación es central en este proceso. Las plataformas no sólo facilitan la comunicación, sino que la estructuran, segmentan y jerarquizan. (Corral, 2024) Los desarrolladores de tecnologías diseñan entornos de interacción que condicionan tanto la producción como la recepción de los mensajes. Las decisiones de diseño, las políticas de moderación y los algoritmos de recomendación configuran los marcos de visibilidad, los criterios de relevancia y las posibilidades de conexión. Estas infraestructuras tecnológicas median directamente en la configuración del sentido y en la construcción de comunidades discursivas.

La interacción en grupos digitales produce formas específicas de lenguaje, organizadas en torno a afinidades temáticas, afectivas y simbólicas. Estas comunidades generan repertorios semióticos compartidos, reglas implícitas de enunciación y lógicas de participación que orientan la construcción del significado. La pertenencia a estos grupos se basa tanto en la identificación temática como en la capacidad de participar activamente en la producción simbólica. La segmentación de los públicos, facilitada por

las plataformas, fomenta la construcción de esferas discursivas diferenciadas, donde los marcos de referencia se consolidan a partir de la repetición, la confirmación mutua y la afinidad cultural.

En este marco, la comunicación digital debe ser comprendida como un entramado de prácticas lingüísticas, culturales y tecnológicas que se despliegan en escenarios complejos, dinámicos y desiguales. El lenguaje, en tanto práctica social situada, constituye el punto de partida para analizar cómo los sujetos se relacionan con los medios, cómo interpretan la información y cómo producen sentido en un ecosistema saturado de mensajes, imágenes y datos. Esta perspectiva exige una mirada crítica sobre las condiciones materiales y simbólicas que configuran la producción del lenguaje en entornos digitales, así como una atención constante a las transformaciones culturales que emergen en la interfaz entre tecnología y comunicación.

Metodología

El corpus analizado fue delimitado mediante un muestreo teórico y temático. El criterio principal fue la selección de tuits publicados durante la etapa central de la campaña electoral federal en México (marzo a mayo de 2024), centrados en temáticas vinculadas con las candidaturas presidenciales, los partidos políticos, los debates públicos y los acontecimientos clave del proceso electoral. Para su identificación se recurrió al uso de hashtags predominantes en el discurso digital de ese periodo, tales como #Elecciones2024, #ClaudiaSheinbaum, #XochitlGalvez, #Máynez, #INE, #AMLO, entre otros. Estos hashtags operaron como nodos semánticos que permitieron agrupar y clasificar los contenidos, facilitando una observación sistemática de las conversaciones digitales.

A fin de establecer una ruta de análisis consistente, se diseñó una matriz categorial que articuló las dimensiones cuantitativas y cualitativas del estudio. Las categorías se definieron con base en las funciones discursivas que cumplen los tuits y en las lógicas de circulación que articulan la plataforma. Entre ellas se incluyen: volumen de menciones por hashtag, origen de las cuentas (orgánicas o automatizadas), tipo y cantidad de interacciones generadas (retuits, likes, hilos), principales fuentes de información citadas (medios, periodistas, cuentas institucionales o partidistas), variaciones temporales asociadas a eventos coyunturales (debates, escándalos, encuestas), términos más utilizados en las conversaciones (nube de palabras), contenido predominante (noticioso, propagandístico, crítico, humorístico), tópicos recurrentes en el debate y relación con medios tradicionales.

La matriz permitió operar metodológicamente sobre el corpus en dos niveles complementarios. En un primer nivel, se realizó una sistematización de datos mediante herramientas de análisis digital, que incluyó la extracción de tuits a través de la API de Twitter (hoy X), así como su procesamiento mediante software de minería de texto. Se utilizó un procedimiento de depuración que excluyó cuentas automatizadas o bots,

identificando únicamente aquellas cuentas con interacciones orgánicas verificables. Esto permitió construir un conjunto de datos representativo, centrado en la expresión ciudadana y la circulación de información desde usuarios reales.

En un segundo nivel, se aplicó un análisis cualitativo de contenido sobre una muestra intencionada de tuits, seleccionados por su relevancia discursiva, centrada en los lenguajes y su capacidad para condensar sentidos significativos. Este análisis se desarrolló a partir de una lectura hermenéutica y contextualizada, considerando tanto el contenido textual como los elementos paralingüísticos (uso de emojis, signos de puntuación, hashtags secundarios) y los vínculos adjuntos (enlaces, imágenes, videos, notas periodísticas). El objetivo fue identificar no sólo los temas tratados, sino también las formas de enunciación, los marcos interpretativos y las estrategias retóricas empleadas por los usuarios.

Se construyó además una nube de palabras con los términos más recurrentes en el corpus, lo que permitió identificar núcleos semánticos relevantes en la conversación digital. Entre los términos más frecuentes se encontraron: “INE”, “fraude”, “AMLO”, “debate”, “corrupción”, “encuesta”, “Sheinbaum”, “Xóchitl”, “Máynez”, “pueblo”. Esta visualización permitió articular los datos con las coyunturas informativas dominantes, asociando picos de actividad con eventos específicos como los debates presidenciales, la publicación de encuestas o las polémicas por violencia política. La frecuencia y centralidad de ciertos términos funcionó como indicador de tematización y priorización simbólica en el debate público digital.

En paralelo, se identificaron las principales fuentes de información que alimentaban la conversación: medios tradicionales con presencia en redes como @El_Universal_Mx, @Milenio, @AristeguiOnline; cuentas institucionales como @INEMexico o @TEPJF_informa, así como perfiles de periodistas, influencers políticos y cuentas de los propios candidatos. Se analizó el tipo de vínculo establecido entre los usuarios y estas fuentes, observando procesos de legitimación, crítica o resignificación de la información circulante. La persistencia de los medios tradicionales y las cuentas partidistas como referentes de autoridad en la conversación digital mostró que, aunque las redes promueven una descentralización del discurso, subsiste una relación de continuidad con las estructuras informativas previas.

La dimensión temporal también fue incorporada en el análisis. Se observaron variaciones en el volumen de publicaciones y en la intensidad del debate en función de eventos coyunturales. Por ejemplo: el primer debate presidencial (7 de abril de 2024) generó un pico de actividad acompañado por un incremento en los retuits, los memes, las parodias y la aparición de hashtags secundarios como #DebateINE, #SheinbaumGana o #XóchitlResponde. Estos momentos de alta circulación fueron analizados como puntos de condensación discursiva, donde se articulan representaciones, valoraciones y disputas sobre los acontecimientos.

Finalmente, se incorporó una categoría analítica centrada en la relación entre los discursos en Twitter y el ecosistema mediático más amplio. Se buscó observar si los

usuarios replicaban, reformulaban o contradecían las narrativas emitidas por medios tradicionales y campañas partidistas, así como las formas en que integraban dichas narrativas en sus propias intervenciones discursivas. Este punto resultó relevante para entender los procesos de resignificación y reapropiación simbólica que caracterizan a la cultura digital, donde los usuarios no sólo reproducen contenidos, sino que los reconfiguran a partir de sus posicionamientos políticos, experiencias personales y repertorios culturales.

Tabla 1. Categorías de análisis y ruta metodológica para el análisis de tuits sobre la campaña electoral 2024 en México

Categoría de análisis	Ruta metodológica / Observable principal
Hashtags electorales predominantes	Identificar los hashtags más usados en el periodo analizado (#Elecciones2024, #INE, #ClaudiaSheinbaum, #XochitlGálvez, etc.)
Volumen de menciones por hashtag	Cuantificar la frecuencia de aparición de cada etiqueta y su evolución temporal
Origen de las cuentas (orgánicas o bots)	Verificar autenticidad de las cuentas mediante herramientas de detección (verificadas, orgánicas, automatizadas)
Interacciones generadas	Medir tipo y número de interacciones (likes, retuits, comentarios, hilos) por categoría de tuit
Principales fuentes de información	Determinar qué medios, cuentas institucionales o actores políticos alimentan el debate
Variación temporal de menciones	Relacionar picos de actividad con eventos coyunturales (debates, encuestas, escándalos, actos de campaña, violencia)
Nube de palabras	Visualizar los términos más usados para detectar núcleos semánticos (e.g. “fraude”, “debate”, “AMLO”, “corrupción”)
Naturaleza del contenido	Clasificar los tuits en categorías: noticioso, propagandístico, opinativo, humorístico, testimonial
Temas recurrentes en el debate	Identificar los tópicos centrales: legitimidad electoral, violencia política, encuestas, participación ciudadana
Relación con medios tradicionales	Evaluar si los usuarios replican, critican o resignifican contenidos provenientes de medios tradicionales o institucionales

Fuente: elaboración propia

Resultados

La estrategia metodológica adoptada permitió categorizar la información conforme a una matriz analítica, que articula tanto el comportamiento discursivo de los usuarios como la lógica de circulación algorítmica de los mensajes.

El corpus estuvo compuesto por 20,184 tuits recolectados entre el 1 de marzo y el 31 de mayo de 2024, correspondientes al periodo oficial de campañas presidenciales en México. La muestra fue delimitada mediante muestreo teórico y temático, priorizando publicaciones en español que hicieran referencia explícita al proceso electoral, a las candidaturas presidenciales o a los organismos electorales, a través del uso de hashtags y menciones clave.

La extracción se realizó utilizando la API académica de Twitter (v2) y el software Brand24.com, estableciendo como criterios de inclusión:

- Tuits públicos con hashtags como: #Elecciones2024, #INE, #ClaudiaVa, #XochitlPresidenta, #Máñez, #AMLO, #DebateINE, entre otros.
- Publicaciones originales y retuits comentados (excluyendo retuits simples).
- Tuits emitidos por cuentas con comportamiento orgánico (verificado mediante filtros de actividad e interacción).
- Tuits con al menos una interacción significativa (like, comentario o retuit).

Posteriormente, se aplicó un proceso de depuración y codificación automática, y se seleccionó una muestra cualitativa intencionada de 500 tuits para análisis detallado.

El primer criterio consistió en identificar los hashtags más utilizados a lo largo del periodo electoral. Se determinaron como etiquetas centrales aquellas que alcanzaron un umbral mínimo de 1,000 menciones verificadas, destacando entre ellas: #Elecciones2024, #ClaudiaVa, #XochitlPresidenta, #Maynezpresidente, #AMLO, #INE, y #DebateINE. Estas etiquetas funcionaron como nodos discursivos en torno a los cuales se organizó la conversación digital.

Tabla 2. Principales #hashtags

Hashtag	Menciones totales
#Elecciones2024	18,352
#ClaudiaVa	13,547
#XochitlPresidenta	11,809

#MaynezPresidente	9,130
#AMLO	8,768
#INE	7,512
#DebateINE	5,939

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos vía Brand24 y API de Twitter

Se observó que el uso de estas etiquetas no fue homogéneo, sino que respondió a coyunturas específicas. Por ejemplo, el hashtag #DebateINE registró un pico de actividad el 7 de abril de 2024, coincidiendo con el primer debate presidencial.

La autenticidad de las cuentas fue verificada mediante un procedimiento de depuración que excluyó perfiles con actividad automatizada. Aproximadamente el 84% del corpus analizado corresponde a cuentas orgánicas con interacciones verificables. El 11% corresponde a cuentas institucionales, partidistas o medios de comunicación, mientras que un 5% restante presentó indicadores de automatización o comportamiento no humano.

Este dato refuerza la hipótesis de que, si bien los actores políticos profesionales tienen una presencia significativa, el debate en Twitter está fuertemente impulsado por usuarios comunes, que actúan como agentes simbólicos activos en la configuración del discurso electoral.

La medición de las interacciones permitió identificar los formatos discursivos de mayor resonancia. El retuit comentado fue la forma más empleada en contenidos de crítica política o debate, mientras que los likes dominaron en los contenidos afectivos o testimoniales.

Ejemplo de tuit de alta interacción:

"A Claudia nadie la eligió, la impuso el dedazo. A Xóchitl la eligió la gente. Hay niveles. #XochitlPresidenta" — @CiudadanoMX, 22 abril 2024 · 10:11 a.m.  2,134 retuits |  312 comentarios |  5,780 me gusta

Este tipo de publicaciones muestra un uso performativo del lenguaje digital, donde el mensaje no solo expresa una opinión, sino que busca inscribirse en una narrativa colectiva.

Entre las fuentes con mayor incidencia discursiva se identificaron cuentas de medios tradicionales como @El_Universal_Mx, @AristeguiOnline, y @Milenio, así como las cuentas oficiales de candidatos: @Claudiashein, @XochitlGalvez, y @AlvarezMaynez. En menor proporción se observaron cuentas partidistas como @PartidoMorenaMx y @AccionNacional.

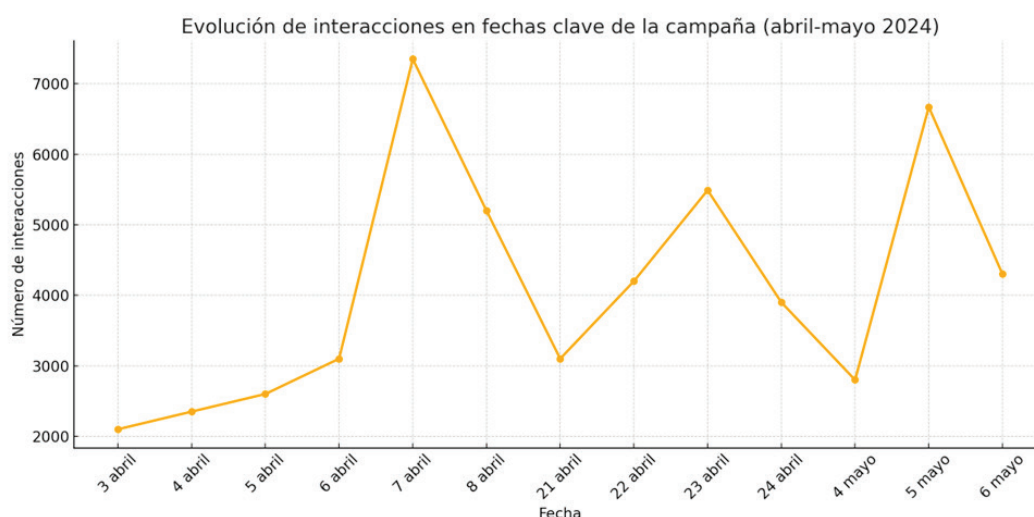
El análisis mostró que los medios continúan desempeñando un rol de autoridad simbólica, aunque también son objeto de disputas por parte de usuarios que los acusan de parcialidad o manipulación. Este doble rol evidencia un proceso de reconfiguración del prestigio mediático en el entorno digital.

Se identificaron tres picos relevantes en el volumen de publicaciones:

1. **8 de abril** (Primer debate presidencial)
2. **23 de abril** (Filtración de encuestas internas)
3. **19 de mayo** (Marcha ciudadana en apoyo al INE)

Estas fechas concentraron el 27% del total de interacciones registradas, confirmando que los eventos coyunturales operan como catalizadores simbólicos de la conversación.

Gráfica 1. Interacciones



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos vía Brand24 y API de Twitter.

La evolución temporal de las interacciones revela dinámicas de crecimiento y saturación informativa en torno a eventos coyunturales. La gráfica 1 muestra los picos de mayor actividad digital, registrando un máximo de 7,350 interacciones el 8 de abril, fecha del primer debate presidencial. De forma similar, el 23 de abril, cuando se difundieron encuestas internas contradictorias entre medios y casas encuestadoras, se alcanzaron 5,490 interacciones. El tercer pico se observó el 5 de mayo, con 6,670 interacciones vinculadas a la marcha ciudadana en defensa del Instituto Nacional Electoral que se llevaría a cabo el día 19 de mayo. Estos momentos concentran no solo mayor volumen de mensajes, sino también una densificación semántica del discurso político, marcada por el uso de hashtags estratégicos, apelaciones emocionales y confrontaciones simbólicas entre simpatizantes y detractores de los principales bloques partidistas.

Figura1. Nube de palabras y núcleos semánticos



La nube de palabras construida sobre el corpus reveló los términos más frecuentes:

- **INE, fraude, encuesta, AMLO, debate, voto, dictadura, corrupción, pueblo, narcopolítica.**

Estas palabras muestran la convivencia de ejes discursivos institucionales, emocionales y confrontativos. Por ejemplo, "dictadura" aparece vinculado a críticas contra el oficialismo, mientras "fraude" es utilizado por diversas corrientes para referirse a una posible manipulación del proceso.

Los contenidos fueron clasificados según su carácter dominante:

- Opinativo (38%)
- Crítico-propagandístico (26%)
- Humorístico (15%)
- Informativo (11%)
- Testimonial (10%)

Temas recurrentes en el debate

Los tópicos más frecuentes fueron:

- Legitimidad del proceso electoral
- Vínculos entre partidos y crimen organizado
- Debates televisivos y encuestas manipuladas
- Papel del INE y el TEPJF
- Presencia de AMLO como figura centralizadora del discurso

Esta tematización permite observar que el debate digital no se limita a reproducir agendas mediáticas, sino que incorpora preocupaciones ciudadanas que tensionan el relato hegemónico.

Finalmente, se analizó la relación discursiva entre usuarios y medios tradicionales. Se constató un doble movimiento: por un lado, una reproducción acrítica de titulares como forma de validación simbólica; por otro, una reapropiación irónica o crítica del discurso mediático.

Ejemplo:

"Milenio dice que Sheinbaum ganó el debate. Nosotros vimos otra cosa. #DebateINE"
— @AnalistaPopular, 8 abril 2024

Este tipo de intervenciones demuestra que la relación entre emisores tradicionales y usuarios digitales no es lineal ni pasiva, sino que está mediada por procesos de interpretación y resignificación cultural.

Otro aspecto relevante del análisis fue la identificación de temáticas recurrentes asociadas al *hashtag* #ProcesoElectoral2024. Estos temas operan como núcleos discursivos que estructuran la conversación, dotándola de continuidad temática más allá de los eventos coyunturales. En este sentido, la plataforma funciona como un archivo dinámico de la deliberación pública, donde las preocupaciones sociales encuentran un canal de expresión, contraste y actualización constante.

Finalmente, se exploró la relación entre los discursos emitidos en Twitter y los relatos propuestos por los medios tradicionales. En general, se constató una fuerte dependencia de las plataformas digitales respecto a los contenidos noticiosos generados por medios institucionalizados. (Barba y Corral, 2022) Sin embargo, también se observó un proceso de reapropiación discursiva, en el que los usuarios reinterpretan, resignifican o disputan las narrativas oficiales. En algunos casos, esto derivó en la circulación de narrativas diferentes. Este fenómeno se alinea con lo que Jenkins (2006) ha denominado “cultura convergente”, donde los usuarios no sólo consumen contenidos, sino que los transforman activamente en función de sus propias agendas interpretativas.

En suma, el análisis de los resultados confirma que Twitter operó como un espacio privilegiado para la circulación de discursos durante el proceso electoral articulando una conversación pública multiforme, heterogénea y en constante mutación. Lejos de ser una simple plataforma de difusión, la red funcionó como dispositivo de mediación simbólica donde se negociaron sentidos, se construyeron legitimidades y se desplegaron prácticas de participación ciudadana. La interacción entre usuarios, medios y algoritmos configuró un entorno comunicativo denso, marcado por la simultaneidad de lo efímero y lo estructural, lo espontáneo y lo institucionalizado, lo individual y lo colectivo.

Discusión

Los hallazgos presentados permiten identificar a Twitter como un espacio de disputa simbólica en el que convergen múltiples actores con capacidades desiguales para incidir en la conversación pública. La plataforma *Twitter* funcionó no solamente como un espacio de difusión, sino como un dispositivo de mediación donde convergen lógicas algorítmicas, prácticas ciudadanas y discursos institucionales, generando un campo de interacción denso, conflictivo y performativo. Esta constatación empírica confirma los supuestos teóricos planteados desde el inicio: los lenguajes digitales no son neutros ni meramente instrumentales, sino estructuras significantes que modelan la experiencia social y organizan la disputa por la legitimidad y el poder simbólico en contextos de alta densidad informativa (Gadamer, 2000; Barba, 2017; Jenkins, 2006).

Lejos de funcionar como un canal neutral de información, la plataforma actúa como un *dispositivo tecnopolítico* que modula la visibilidad, orienta la interpretación y condiciona la participación ciudadana en función de algoritmos, arquitecturas de interacción y estructuras de poder (Barba & Corral, 2022). Esta constatación invita a repensar el lugar de los lenguajes digitales no solo como vehículos expresivos, sino como estructuras configuradoras del sentido en un entorno caracterizado por su densidad informativa, emocionalidad y performatividad discursiva.

La centralidad del lenguaje en las interacciones digitales, tal como han planteado Gadamer (2000), Rorty (1990) y Buber (2013), se expresa aquí en su dimensión relacional, situada y conflictiva. Las formas discursivas detectadas en el corpus —desde la denuncia hasta el meme, pasando por la crítica y la reapropiación irónica— confirman que el lenguaje digital no responde a lógicas homogéneas ni unívocas, sino que opera como terreno de negociación simbólica, marcado por la contingencia y la pluralidad interpretativa.

Asimismo, la persistencia de los medios tradicionales como referentes en la conversación digital, junto con su cuestionamiento activo por parte de los usuarios, sugiere que la reconfiguración del campo mediático no ha implicado una ruptura total con las formas de autoridad simbólica preexistentes, sino una tensión constante entre continuidad y transformación (Jenkins, 2006).

En suma, los lenguajes digitales no solo vehiculan contenidos, sino que producen condiciones de posibilidad para la acción política, la deliberación y la disputa por el sentido. Comprender esta dimensión es clave para interpretar los procesos electorales contemporáneos y, más ampliamente, las mutaciones del espacio público en la era de la conectividad.

Referencias

- Barba González, R. (2017). *Participación ciudadana y redes sociales: El nuevo espacio público digital*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Barba González, R., & Corral Velázquez, G. A. (2022). *Deslices en la búsqueda de sentido. De la netnografía en facebook a rtweet*. *Caleidoscopio – Revista Semestral De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 25 (46). <https://doi.org/10.33064/46crscsh3381>
- Brand24. (2021). *Herramienta de monitoreo de medios sociales y análisis de menciones*. <https://brand24.com>
- Buber, M. (2013). *Yo y tú*. Ediciones Sígueme.
- Corral Velázquez, G. A. (2024). *Apuntes sobre comunicación digital, lenguaje y significados*. En Corral Velázquez G. A. & García Ibarra, M.Y. (2024) *Filosofía de la técnica y cultura digital: contorsiones contemporáneas UAQ – CONCYTEQ*
- Gadamer, H.-G. (2000). *Verdad y método I: Fundamentos de una hermenéutica filosófica* (5ª ed.). Ediciones Sígueme.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2015). Cultura participativa y comunicación en red. En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios* (pp. 33–52). Gedisa.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022 global overview report*. We Are Social & Hootsuite. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Rorty, R. (1990). *Contingencia, ironía y solidaridad*. Paidós.
- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana.