

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
POSGRADO EN PSICOLOGÍA SOCIAL**

**IDENTIDADES Y CONFLICTO INTERGRUPAL EN X: ANÁLISIS DE LA
TOMA DE PROTESTA DE CLAUDIA SHEINBAUM PARDO**

**IDÓNEA COMUNICACIÓN DE RESULTADOS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN PSICOLOGÍA SOCIAL**

PRESENTA

MARCO ANTONIO MARTÍNEZ PACHECO

2233804103

<https://orcid.org/0009-0003-4173-4094>

DIRECTOR: DR. JOSÉ OCTAVIO NATERAS DOMÍNGUEZ

JURADO

**PRESIDENTE: DR. RAÚL ROMERO RUÍZ
SECRETARIO: DR. JOSÉ OCTAVIO NATERAS DOMÍNGUEZ
VOCAL: DR. EDGAR MIGUEL JUÁREZ SALAZAR
VOCAL: DRA. GABRIELA ELISA SUED**

IZTAPALAPA, CIUDAD DE MÉXICO

21/04/2026

Agradezco profundamente a mis padres por su apoyo incondicional y por la orientación que me han brindado en cada etapa de mis estudios de maestría. Su ejemplo y dedicación ha sido fundamental para llegar hasta este punto.

A mis hermanos, por la influencia en mis ideas y por los debates que hemos compartido, los cuales enriquecieron mi perspectiva y pensamiento crítico en el tema que investigué.

A las y los lectores, por su excelencia académica y por las valiosas observaciones que dan solidez y profundidad al proyecto.

Finalmente, expreso mi agradecimiento al programa de becas del posgrado de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI), anteriormente conocido como Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT), cuyo apoyo hizo posible la realización de esta investigación.

ÍNDICE

PÁG.

RESUMEN / ABTRACT	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1. EL ESTUDIO DEL EVENTO Y LA CONFROTACIÓN POLÍTICA	4
1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA.....	5
1.1.1 ¿QUÉ ES UNA TOMA DE PROTESTA?	5
1.1.2 EL CONFLICTO HISTÓRICO ALREDEDOR DEL EVENTO	8
1.1.3 LA EVOLUCIÓN MEDIÁTICA DEL EVENTO	12
1.1.4 EL CONTEXTO EN LA CELEBRACIÓN DE SHEINBAUM PARDO.....	17
1.2 JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.2.1 LA PERTINENCIA SOCIAL.....	20
1.2.2 EL ENFOQUE DISCIPLINAR TEÓRICO-METODOLÓGICO.....	20
1.2.3 LA SELECCIÓN DEL EVENTO Y LAS REDES SOCIALES	21
1.2.4 EL LUGAR DEL INVESTIGADOR	22
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.3.1 TEMA.....	23
1.3.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	23
1.3.3 OBJETIVO GENERAL	23
1.3.4 ORIGEN DE LOS DATOS.....	24
1.3.5 ENUNCIADO HIPOTÉTICO	24
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE EL TEMA.....	25
2.1 PANORAMA GENERAL DEL ESTADO DEL ARTE.....	25
2.2 ESTUDIOS SOBRE CONFLICTOS, ESTEREOTIPOS Y POLARIZACIÓN...	26
2.2.1 REVISIÓN POR DISCIPLINA, GRADO Y DOCUMENTO	26
2.2.2 MARCOS TEÓRICOS Y MÉTODOS RELEVANTES	30
2.2.3 RESULTADOS Y CONCLUSIONES RELEVANTES.....	31
2.3 ESTUDIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA	32
2.3.1 REVISIÓN POR DISCIPLINA, GRADO Y DOCUMENTO	32
2.3.2 MARCOS TEÓRICOS Y MÉTODOS RELEVANTES	35
2.3.3 RESULTADOS Y CONCLUSIONES RELEVANTES.....	36

2.4 SÍNTESIS Y RESULTADOS DE TODA LA REVISIÓN.....	37
2.5 CONSIDERACIONES FINALES SOBRE TODO EL ESTADO DEL ARTE...	38
3. CONTRUCCIÓN TEÓRICO CONCEPTUAL	39
3.1 CONCEPTOS DEL PARADIGMA SOCIOCOGNITIVO.....	39
3.1.1 PROCESOS COGNITIVOS: CATEGORIZACIÓN Y ATRIBUCIÓN.....	39
3.1.2 ESTEREOTIPO, PREJUICIO, DISCRIMINACIÓN Y AGRESIÓN... ..	43
3.1.3 DEFINICIÓN DE GRUPO.....	47
3.1.4 IDENTIDAD SOCIAL Y ESTRUCTURA DEL GRUPO.....	49
3.1.5 EL LÍDER, LA OVEJA NEGRA Y OTROS ROLES GRUPALES	50
3.1.6 EL ROL DE GÉNERO Y LA MUJER EN EL EVENTO POLÍTICO	52
3.1.7 EL CONFLICTO INTERGRUPAL	54
3.2 LA INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DIGITALES.....	56
3.2.1 INFLUENCIA SOCIAL EN LOS MASS MEDIA	57
3.2.2 ESTRATEGIAS DE INFLUENCIA EN LOS MASS MEDIA	58
3.2.3 LAS REDES SOCIALES	59
3.2.4 VALORACIÓN SOBRE LA BRECHA DIGITAL EN MÉXICO	62
3.3 SÍNTESIS: GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN SOCIOCOGNITIVA.....	63
4. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	64
4.1 CONCEPTOS OPERATIVOS PARA EL MUESTREO.....	69
4.1.1 EL CONCEPTO DE “EVENTO”	71
4.2 EL MUESTREO EN LA DIMENSIÓN MATERIAL.....	73
4.2.1 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE Y DIARIO DE CAMPO	73
4.2.2 DATOS VISUALES	73
4.2.3 DIÁLOGO CON PARTICIPANTES.....	74
4.2.4 ENTREVISTA A PARTICIPANTES	74
4.3 EL MUESTREO EN LA DIMENSIÓN DIGITAL	75
4.3.1 DIARIO DE CAMPO Y OBSERVACIÓN DIGITAL.....	75
4.3.2 REGISTROS DE PARTICIPACIONES VÍA REMOTA	75
4.3.3 ENTREVISTAS A PARTICIPANTES REMOTOS...,	76
4.3.4 REGISTRO DE TENDENCIAS DEL EVENTO.....	76
4.3.5 COLECTA DE CONTENIDO Y MAXQDA	76
4.4 CONSIDERACIONES PREVIAS A LA INTERPRETACIÓN.....	78

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	80
5.1 PANORAMA GENERAL DEL EVENTO EL 1 DE OCTUBRE DEL 2024.....	80
5.2 LOS GRUPOS DURANTE EL EVENTO.....	87
5.3 LAS IDENTIDADES Y EL FAVORECIMIENTO ENDOGRUPAL	90
5.4 LOS LÍDERES Y LIDERAZGOS	98
5.5 EL CONFLICTO DURANTE EL EVENTO.....	108
5.6 LOS PUNTOS DE CONFLICTO Y HOSTILIDAD EXOGRUPAL.....	109
5.7 ESTEREOTIPOS, PREJUICIOS Y AGRESIONES EN X.....	113
5.8 LA DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA EN X.....	123
5.9 LA INFLUENCIA MEDIÁTICA DE X EN EL EVENTO.....	126
 6. CONCLUSIONES	 130
 BIBLIOGRAFÍA.....	 137
 SITIOS WEB.....	 141
 ANEXOS.....	 142

ÍNDICE DE FIGURAS

1. CUADROS

CUADRO 1. POPULARIDAD DE REDES SOCIALES EN MÉXICO 2022	15
CUADRO 2. POPULARIDAD DE REDES SOCIALES EN MÉXICO 2023-24...15	
CUADRO 3. CLASIFICACIÓN DE GRUPOS HUMANOS.....	48
CUADRO 4. CONFLICTO E INTERACCIÓN ENTRE DOS GRUPOS (PGM)...55	
CUADRO 5. COMPARACIÓN DE PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS	67
CUADRO 6. CONCEPTOS OPERATIVOS	71
CUADRO 7. TÉCNICAS/INSTRUMENTOS	71
CUADRO 8. CLASIFICACIÓN DE 10 TWEETS DE HOSTILIDAD	114
CUADRO 9. PUNTOS DE SATURACIÓN 5 TWEETS DE X.....	114
CUADRO 10. PUNTOS DE SATURACIÓN 5 TWEETS DE X.....	114
CUADRO 11. PUNTOS DE SATURACIÓN EN 1,000 COMENTARIOS DE X.115	
CUADRO 12. PUNTOS DE SATURACIÓN EN 1,000 COMENTARIOS DE X.115	

2. GRÁFICAS

GRÁFICA 1. COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS A 5 TWEETS	93
GRÁFICA 2. AUDITORÍA DE CUENTAS AUTOMATIZADAS BOTS	94
GRÁFICA 3. TOTAL DE COMENTARIOS EN 5 TWEETS DE OPOSITORES...96	
GRÁFICA 4. TOTAL DE COMENTARIOS (OFI)	97
GRÁFICA 5. TOTAL DE COMENTARIOS (OPO).....	97
GRÁFICA 6. NUBE DE PALABRAS (OFI)	98
GRÁFICA 7. NUBE DE PALABRAS (OPO).....	98
GRÁFICA 8. COMPARACIÓN “Claudia Sheinbaum” vs “AMLO”	100
GRÁFICA 9. COMENTARIOS AL TWEET DE @Claudiashein	102
GRÁFICA 10. COMENTARIOS AL TWEET DE @lopezobrador_	102
GRÁFICA 11. COMENTARIOS AL TWEET DE @tania_r	104
GRÁFICA 12. COMENTARIOS AL TWEET DE @Lauentuitter.....	104
GRÁFICA 13. COMPARACIÓN COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS.105	
GRÁFICA 14. ANÁLISIS: 400 COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS...106	
GRÁFICA 15. COMPARACIÓN “Sheinbaum” vs “Gálvez” vs “Máynez”	107
GRÁFICA 16. NUBES DE 5 TWEETS (SIMP)	116
GRÁFICA 17. NUBES DE 5 TWEETS (OPO).....	116

GRÁFICA 18. CORRELACIÓN ESTEREOTIPO-PREJUICIO EN COMENTS..	118
GRÁFICA 19. CLASIFICACIÓN DE COMENTS DE @catrina_nortena	119
GRÁFICA 20. COMENTS “Opositores 1, framing negativo (-)” HACIA OP	120
GRÁFICA 21. COMENTS “Opositores 1, framing negativo (-)” HACIA SIM	120
GRÁFICA 22. COMENTS “Simpatizantes 1, framing negativo(-)” HACIA OP...	120
GRÁFICA 23. COMENTS “Simpatizantes 1, framing negativo(-)” HACIA SIM.	120
GRÁFICA 24. TOTAL DE ANÁLISIS: 500 coments (SIM).....	123
GRÁFICA 25. TOTAL DE ANÁLISIS: 500 coments (OPO).....	123

3. IMÁGENES

IMAGEN 1. “Salida de Obrador”	82
IMAGEN 2. “Salida de Sheinbaum”	82
IMAGEN 3. “Jil Biden y Gustavo Petro con Claudia Sheinbaum”	83
IMAGEN 4. “Jil Biden y Gustavo Petro con Claudia Sheinbaum”	83
IMAGEN 5. “Entrega de la banda presidencial”	86
IMAGEN 6. “Entrega de la banda presidencial”	86
IMAGEN 7. “Av. Pino Suárez”	88
IMAGEN 8. “Zócalo”	88
IMAGEN 9. “Ángel de la Independencia”	89
IMAGEN 10. “Palacio Legislativo”	89
IMAGEN 11. “Cuenta @ndurancoronado y @Aron19552240 en X”	90
IMAGEN 12. “Cuenta @ndurancoronado y @Aron19552240 en X”	90
IMAGEN 13. “Simpatizantes 1”	92
IMAGEN 14. “Simpatizantes 1”	92
IMAGEN 15. “Tweet con framing de favorecimiento hacia el oficialismo”	92
IMAGEN 16. “Dos comentarios positivos hacia el oficialismo”.	93
IMAGEN 17 “Opositores 1”	95
IMAGEN 18. “Opositores 2”	95
IMAGEN 19. “Tweet a favor de opositores”	96
IMAGEN 20. “Comentarios positivos hacia opositores”	96
IMAGEN 21. “Líderes 1”	99
IMAGEN 22. “Líderes 2”	99
IMAGEN 23. “Mejores tweets de líderes del oficialismo”	102
IMAGEN 24. “Un comentario positivo hacia líderes”	103

IMAGEN 25. “ <i>Dos comentarios negativos hacia los líderes del oficialismo</i> ”	104
IMAGEN 26. “ <i>Patricia Aguayo en Av. Reforma</i> ”	105
IMAGEN 27. “ <i>Tweet a favor de líder de oposición</i> ”	107
IMAGEN 28. “ <i>Opositores 3</i> ”	110
IMAGEN 29. “ <i>Opositores 4</i> ”	110
IMAGEN 30. “ <i>Denuncia contra los opositores</i> ”	110
IMAGEN 31. “ <i>Enfrentamiento</i> ”	111
IMAGEN 32. “ <i>Confrontación</i> ”	111
IMAGEN 33. “ <i>Tweet de opositor</i> ”	112
IMAGEN 34. “ <i>Comentarios de hostilidad hacia simpatizantes</i> ”	117
IMAGEN 35. “ <i>Comentarios de hostilidad hacia opositores</i> ”	117
IMAGEN 36. “ <i>Estereotipo “porros” con prejuicio hacia Opositores</i> ”	120
IMAGEN 37. “ <i>Estereotipo “acarreado” con prejuicio hacia Simpatizantes</i> ”	120
IMAGEN 38. “ <i>Contenido sexista 1</i> ”	124
IMAGEN 39. “ <i>Contenido sexista 2</i> ”	124
IMAGEN 40. “ <i>Tweet y comentarios sexistas</i> ”	125
IMAGEN 41. “ <i>Perfiles de participantes remotos en el evento</i> ”	126
IMAGEN 42. “ <i>Mosaico de los dispositivos digitales durante el evento</i> ”	127

RESUMEN

La *Toma de Protesta* es una celebración oficial de gran relevancia en México, que implica el conflicto debido a la competencia por el poder presidencial entre distintas identidades políticas. El presente estudio analiza este evento político a partir de la confrontación registrada en la plataforma X, durante la toma de poder de Claudia Sheinbaum Pardo, celebrada el 1 de octubre del año 2024. A partir de una etnografía digital, se investiga el conflicto y la confrontación intergrupala en X, con el objetivo de comprender las distintas identidades políticas dentro del espacio digital.

Palabras clave: Toma de Protesta, conflicto, confrontación digital, X, identidad política, grupos.

ABSTRACT

The *Taking of Power* is an official ceremony of great importance in Mexico, one that involves conflict due to the competition for presidential power among different political identities. This study analyzes this event through the confrontation on the platform X during the transfer of power to Claudia Sheinbaum Pardo on October 1st, 2024. Drawing on a digital ethnography, this research investigates intergroup conflict and confrontation on X, with the aim of understanding the different political identities within the digital space.

Keywords: Take of power, conflict, digital confrontation, X, political identity, groups.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo surgió del interés por la confrontación política en redes sociales como *Facebook*, *TikTok*, *X* o *YouTube*. No obstante, el propósito inicial del proyecto era estudiar el uso de dichas plataformas digitales entre los estudiantes universitarios, con el enfoque teórico del Interaccionismo Simbólico.

Ahora bien, tras realizar algunos ejercicios de redes semánticas para la clase del Dr. Josué Tinoco —del Posgrado en Psicología Social de la Universidad Autónoma Metropolitana—, quedó claro que las distintas comunidades estudiantiles no mostraban un interés representativo por los temas de política en redes sociales, a pesar del contexto pre-electoral presidencial mexicano que se vivía en aquel momento del año 2024. Sin embargo, el interés por estudiar la confrontación política en redes sociales se mantuvo, como tema central dentro del proyecto de investigación.

Posteriormente, durante el mismo periodo lectivo, en las clases con el Dr. Octavio Nateras, se hizo la revisión de textos del paradigma sociocognitivo, especialmente acerca de los conflictos intergrupales desde autores como Henri Tajfel o Muzafer Sherif. Debido a esto anterior, se reconsideró el marco teórico del proyecto, por la pertinencia del enfoque para investigar el tema sobre la confrontación política.

No obstante, pronto surgió una dificultad en el manejo de las grandes cantidades de información, que se producen diariamente en estas plataformas digitales. Para resolverla, se empleó el método de la etnografía digital, estudiado durante las clases con la Dra. Elizabeth García, el cual permitió delimitar la investigación sobre la confrontación política en redes sociales a un solo evento político.

Antes bien, el evento seleccionado fue la Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo, celebrada el 1 de octubre del año 2024, con el objetivo de investigar la confrontación política que se configuró en las redes sociales durante la celebración.

Luego de esto, se seleccionaron dos redes sociales específicas para el estudio. Estas fueron *X* y *YouTube*. Empero, por recomendación de las y los lectores, *Youtube* quedó fuera y se acotó el estudio específicamente a *X*, una plataforma que se considera una especie de termómetro político, debido a que configura el debate y la confrontación, especialmente en el tema político.

Por lo anterior, durante el evento, se estudió y analizó el conflicto y la confrontación política registrada en los contenidos *tweets* y comentarios de la misma red social. Aunado a ello, también se integró el problema de la influencia social ejercida dentro de las redes sociales, como respuesta a los comentarios de algunos lectores. Así,

se tuvo que integrar al estudio el tema del uso de cuentas automatizadas, la formación de tendencias por efecto viral, la gestión algorítmica de los contenidos y la producción de ataques virales «*shitposting*», como nuevas estrategias de influencia social, presentes en las redes sociales durante el evento político estudiado.

Algo similar sucedió con la perspectiva de género, que fue integrada posteriormente, debido a las sugerencias de la profesora Dulce María Martínez y la Dra. Gabriela Sued. Cabe destacar que, esto sucedió luego del muestreo cualitativo de los datos en campo, es decir, no fue integrada de forma preliminar como sí sucedió con la perspectiva sociocognitiva y el planteamiento metodológico. No obstante, la adscripción a una perspectiva que lucha a favor de cualquier forma de igualdad social, ha sido parte del posicionamiento del proyecto mismo desde el inicio.

En síntesis, todo el trabajo de investigación fue organizado en seis segmentos: 1) El contexto histórico y el planteamiento del problema, donde se define qué es una Toma de Protesta, se revisa la evolución mediática del evento político, se explica el conflicto desde una perspectiva dialéctica y se exponen los hechos más cercanos al evento estudiado; 2) La revisión del estado del arte, que permitió ubicar referentes teóricos y metodológicos para orientar el proceso del muestreo cualitativo y el análisis de datos; 3) La construcción teórica sociocognitiva, que fue indispensable para la interpretación psicosocial de los datos; 4) El planteamiento metodológico, central para el muestreo del evento, con la descripción de las técnicas y herramientas empleadas para el trabajo de campo; 5) La interpretación y análisis de los datos con base en la construcción teórica; y 6) Las conclusiones y corolarios derivados de todo el proceso de investigación.

A continuación, se presenta cada segmento del trabajo de investigación sobre la confrontación política en X, durante la toma de poder de Claudia Sheinbaum Pardo.

1. EL ESTUDIO DEL EVENTO Y LA CONFRONTACIÓN POLÍTICA

“Quien merece un párrafo aparte es Cattaneo, un italiano que bien podría solicitar su pedestal de fundador de la psicología social, no sólo por haber acuñado el nombre (...) sino por haber planteado a la confrontación como mecanismo de creación del pensamiento colectivo.”

Pablo Fernández Christlieb (1994)

La competencia por el poder presidencial en México puede entenderse como un conflicto histórico entre facciones políticas opuestas. De esta forma, la Toma de Protesta, aunque definida como una celebración para oficializar los resultados de una contienda electoral, también ha sido escenario de confrontación y disputa entre grupos antagónicos.

Durante el siglo XXI, particularmente en las celebraciones del 2006 y 2012, el conflicto durante el evento escaló hasta los enfrentamientos violentos. Los registros muestran una lucha casi permanente entre las distintas identidades políticas, comprensible por la competencia que se establece sexenalmente en cada contienda presidencial.

De hecho, esta confrontación ha sido documentada por los medios de comunicación de masas. Sin embargo, en estos espacios, la forma de presentar la información ha estado frecuentemente influenciada por intereses que sesgan una parte del acontecimiento, dependiendo de la agenda o el encuadre del medio.

En contraste, con la llegada del internet, la confrontación política ha encontrado nuevos espacios a través de redes sociales. No obstante, estos medios tampoco han estado libres de sesgos y manipulaciones. Prueba de ello ha sido la gestión de *bots*, el contenido de ataque (*shitposting*) o las *fake news* que se vuelven tendencia.

Por lo tanto, queda claro que en las últimas décadas se ha modificado el planteamiento comunicativo que establecía la radio, la televisión o la prensa escrita. En consecuencia, también ha cambiado la interacción social y política mexicana, ahora también establecida a través de plataformas digitales como X, en forma de contenido o a través de funciones como comentarios, *likes*, *chats*, *tweets* o *hashtags*.

Ahora bien, algunos de los acontecimientos recientes que ejemplifican estos cambios en los medios de comunicación, son: 1) el movimiento “Marea Rosa”, que usó el hashtag *#EINEnosetoca* en X, para manifestar su rechazo a la reforma electoral promovida por el gobierno de Obrador; 2) la campaña negativa hacia los libros de texto gratuitos que usó el hashtag *#ConLosNiñosNo* en X, acompañada de acusaciones contra el gobierno a través de televisión, radio y prensa escrita; y 3) las tendencias de X,

#NarcoPresidente y *#NarcoCandidata*, que fueron empleadas como estrategia de ataque y polarización contra Obrador y Sheinbaum, durante el periodo de campaña en 2024.

Antes bien, estos cambios también puede constatarse en el evento de la última Toma de Protesta, celebrada el 1 de octubre del 2024. Previo a su realización, distintos temas se establecieron dentro de la plataforma X, entre opositores y simpatizantes del oficialismo. Sin embargo, la confrontación difiere mucho de las celebraciones pasadas, cuando no estaba establecida la dimensión digital o el contexto político era distinto.

Como resultado, es evidente que las coberturas mediáticas digitales de los eventos políticos contemporáneos, implican cambios que se han investigado muy poco en el país. En este sentido, la **Toma de Protesta** es una posibilidad para estudiar cómo se establece el conflicto y la confrontación política mexicana a través de redes sociales.

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA

Este segmento tiene por objetivo contextualizar el conflicto entre las distintas identidades políticas mexicanas, que han surgido alrededor del evento de la Toma de Protesta, debido a la competencia por el poder presidencial.

Para ello, se presenta una definición de las celebraciones, para dar al lector un panorama general de lo que es una *Toma de Protesta*.

Posteriormente, se muestra una reconstrucción de las confrontaciones por el poder presidencial, entre distintos grupos y actores políticos, a través de la historia de México.

Consecutivamente, se da un panorama de la evolución mediática del evento, donde se muestran momentos importantes: desde las primeras coberturas a través de los medios de comunicación de masas, hasta el impacto transformador de las redes sociales.

Finalmente, se ofrece al lector o lectora una breve contextualización de los hechos más próximos a la toma de protesta de Claudia Sheinbaum Pardo.

1.1.1 ¿QUÉ ES UNA TOMA DE PROTESTA?

En el contexto mexicano, la Toma de Protesta es una ceremonia oficial en la que un ciudadano o ciudadana asume el cargo de Presidente de la República, luego de haber ganado una elección popular. En ella, la o el presidente electo se compromete a respetar y hacer cumplir la Constitución y las leyes que de ella emanen.

El evento tiene mucha importancia para la investidura presidencial, debido a que representa la formalización en la adquisición del Poder Ejecutivo, que se concreta a través de un juramento pronunciado ante el Congreso de la Unión dentro del Palacio Legislativo

de San Lázaro. Este ritual marca el inicio o la renovación del poder ejecutivo por parte de un grupo o facción política sobre el gobierno federal.

Ahora bien, de acuerdo con el sitio web oficial del Gobierno de México, toda protesta en el ámbito político gubernamental mexicano es un:

‘Mandato constitucional por el que todo servidor público se compromete a guardar la Carta Magna antes de dar inicio al ejercicio de las responsabilidades inherentes a su encargo. La Constitución señala en el artículo 128 que *“todo funcionario público sin excepción alguna, antes de tomar posesión de su encargo, prestará la protesta de guardar y hacer guardar la Constitución y las leyes que de ella emanen”*.’ (Gobierno de México, 2025; 1)

A diferencia de otros países donde los juramentos políticos implican elementos religiosos, en México, la Toma de Protesta es una ceremonia laica, centrada en el compromiso de respetar y hacer cumplir las leyes (Zeind & Castañeda, 2019). En consecuencia, el juramento se dirige al conjunto legislativo y a la población mexicana en general, no a algún Dios o entidad superior.

Por su parte, el juramento ritual de declaratoria oficial para tomar protesta como presidente de México, consta de las 73 palabras siguientes:

‘Honorable Congreso de la Unión y pueblo de México. Protesto guardar y hacer guardar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las leyes que de ella emanen, y desempeñar leal y patrióticamente el cargo de presidente de la República que el pueblo me ha conferido de manera democrática, mirando en todo por el bien y prosperidad de la Unión, y si así no lo hiciere que la nación me lo demande.’ (Cámara de Diputados LXVI Legislatura, 2024; 1).

En resumen, la ceremonia y el juramento forman un ritual para la transición del poder ejecutivo entre dos personajes, ocurrida cada seis años, luego de un proceso de competencia electoral entre distintas identidades político-partidistas.

Ahora bien, el ritual se remonta hasta la promulgación de la Constitución de 1824, donde todavía *“se trataba de un juramento religioso y la obligación de cumplir la Constitución se elevaba ante la divinidad”* (Melgar, 2008; 93). En aquel entonces, bajo la influencia de la Constitución de Cádiz, el juramento fue concebido con una connotación religiosa que respondía a las instituciones católicas del país, heredadas del virreinato.

La primera ocasión que se realizó el evento tuvo lugar en la actual Ciudad de México, en el edificio que hoy se conoce como Palacio Nacional, sede del poder político en aquel tiempo. El acto se realizó el 10 de octubre de 1824, cuando Guadalupe Victoria

asumió el cargo como primer presidente de los Estados Unidos Mexicanos (González-Polo, 2007).

Años más tarde, a partir de la reforma del 24 de abril de 1896, la celebración comenzó a ser un acto estrictamente laico (Melgar, 2008). Sin embargo, previo a esto, catorce presidentes mexicanos tomaron aún protesta bajo juramento religioso¹.

En cuanto a la duración del mandato presidencial, ha cambiado a lo largo de la historia, establecido en algunos momentos en dos, cuatro o hasta ocho años. No obstante, desde 1934, con una reforma promovida por el expresidente Lázaro Cárdenas, el intervalo se estableció sexenalmente de manera oficial (Vázquez, 1999).

Cabe destacar que, a lo largo de la historia de México, el evento no siempre ha sido celebrado en el Palacio Legislativo de San Lázaro. En origen, no estaba vinculado a ningún recinto (Melgar, 2008). Fue hasta la promulgación de la Constitución de 1917, que comenzó a celebrarse en espacios oficiales. Por ejemplo: Venustiano Carranza, Adolfo de la Huerta, Álvaro Obregón, Manuel Ávila Camacho y Gustavo Díaz Ordaz, tomaron posesión en la vieja Cámara de Diputados de la Calle Donceles (Calderón, 2024).

También, el evento se realizó 5 veces en el Estadio Nacional, que se ubicaba en la colonia Roma de la Ciudad de México. Allí rindieron protesta Elías Calles, Portes Gil, Ortiz Rubio, R. Rodríguez y Lázaro Cárdenas (López, 2021). Por su parte, Alemán Valdés, Ruiz Cortines y López Mateos, lo hicieron en el Palacio de Bellas Artes; mientras que Echeverría Álvarez y López Portillo en el Auditorio Nacional (Calderón, 2024).

Fue hasta la toma de protesta de Miguel de la Madrid, en 1982, que se inauguró el recinto oficial actual en el Palacio Legislativo de San Lázaro.

Ahora bien, uno de los aspectos más relevantes del ritual es que, desde el año 1824 hasta el 2018, el juramento había conferido el poder ejecutivo exclusivamente a hombres mexicanos (Esquivel, 2021). En consecuencia, sesenta y cinco varones antecedieron la llegada de Sheinbaum a la presidencia, primera mujer en ganar el proceso electoral.

En cuanto al protocolo de la celebración y el ritual, es importante destacar la banda presidencial, el recinto, el congreso, el juramento y el discurso, como elementos simbólicos indispensables del evento, que han prevalecido desde el siglo XIX.

Finalmente, un último dato para destacar es que, desde la toma de poder del 2018, se estableció un formato de celebración en dos actos: el primero de carácter oficial en el Palacio Legislativo; el segundo de carácter popular en el Zócalo capitalino.

¹ A partir de aquí se puede hacer un análisis de la metafísica del evento político.

1.1.2 EL CONFLICTO HISTÓRICO ALREDEDOR DEL EVENTO

“Si preferimos la explicación del “gran hombre”, podemos mencionar varios candidatos que tienen el honor de haber fundado la psicología social: Platón, Aristóteles, Hobbes, Comte, Hegel...”
Gordon Allport (1969)

“Y, surgiendo así de un modo inmediato, son el uno para el otro a la manera de objetos comunes; figuras independientes, consciencias hundidas en el ser de la vida (...) una es la consciencia independiente que tiene por esencia el ser para sí, otra la consciencia dependiente, cuya esencia es la vida o el ser para el otro; la primera es el señor, la segunda el siervo.”
G. W. F. Hegel (1807)

El conflicto entre grupos políticos en México se remonta hasta el siglo XIX, un periodo de constantes confrontaciones entre posturas conservadoras y liberales.

Desde aquella época, la relación dialéctica y continua entre el grupo dominante que ostenta el poder ejecutivo y sus opositores, ha sido una característica inherente al devenir político mexicano, frecuentemente acompañado de lucha y conflicto.

Antes bien, el registro de la confrontación siempre ha tenido lugar desde al menos dos identidades, posiciones o, si quisiéramos aplicar el lenguaje de Hegel, ‘consciencias’ contrarias: la que corresponde al gobierno oficial y la de sus opositores.

En este sentido, puede aseverarse que, durante el siglo XIX, las posturas conservadoras defendieron un gobierno centralista, el mantenimiento de la estructura jerárquica virreinal, el dominio de la Iglesia Católica y el poder de las élites novohispanas (Hamnett, 1999). En contraste, los opositores liberales persiguieron un gobierno federalista basado en la separación entre el Estado y la Iglesia, reformas orientadas al reparto agrario y el establecimiento de derechos civiles para la igualdad social.

Esta primera oposición ideológica, entre dos ‘consciencias’ contrarias, no sólo dio lugar a identidades políticas distintas —como la juarista o la porfirista—, sino que condujo a enfrentamientos y conflictos armados por el control del país. Esto sucedió con la ‘Batalla de Tecuac’ entre Díaz y Lerdo de Tejada, el año de 1876, que culminó con la consolidación del gobierno porfirista.

Ahora bien, tras la toma de poder de Porfirio Díaz en 1877, diversas instituciones gubernamentales comenzaron a adoptar un carácter laico, rompiendo así con varias estructuras conservadoras heredadas del virreinato (Melgar, 2008). No obstante, también, durante este periodo, con el lema *“pan o palo”*, el expresidente Díaz impuso una

estrategia para el control de sus opositores, que le permitió establecer una dictadura durante treinta años, a través de la reelección presidencial.

Sin embargo, aquella estrategia de Díaz no logró contener el surgimiento de sus opositores, como los Flores Magón, Zapata, Villa o el revolucionario Francisco I. Madero. Así pues, tras un periodo de lucha por la no reelección en el proceso electoral, la oposición maderista alcanzó finalmente su triunfo en las urnas, el 15 de octubre de 1911.

Aquella histórica toma de poder celebrada el 6 de noviembre de aquel año, simbolizó la abolición del porfiriato, pero también marcó el inicio de otra etapa de confrontación política, que comenzó con el asesinato de Madero, quince meses después de su llegada a la presidencia (Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2025).

De esta forma, en los dos decenios posteriores, las sucesiones presidenciales estuvieron marcadas por asesinatos y atentados. Según el archivo hemerográfico de *El Universal*, el expresidente Venustiano Carranza fue asesinado en 1920, tras ser desconocido por el Plan de Agua Prieta (Castro, 2018). También Álvaro Obregón fue asesinado en 1928, meses antes de su segunda toma de poder. Dos años más tarde, Pascual Ortiz Rubio sufrió un atentado el mismo día de su ceremonia, el 1 de diciembre de 1930.

Ahora bien, durante este periodo se estableció otra hegemonía, que definió el devenir político mexicano durante los siguientes años. A partir de la década de los cuarenta, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) se consolidó como el principal grupo político en el país. Tras su formación en 1946 —año en el que Miguel Alemán Valdés tomó protesta—, el PRI inauguró un periodo de dominio político sin alternancia.

Al igual que el porfiriato, esta hegemonía constituyó otra *conciencia independiente*, en dialéctica con sus opositores, la cual fue una base para el establecimiento del conflicto político en México durante la segunda mitad del siglo XX.

Un episodio representativo de este periodo de hegemonía priista ocurrió en 1988, alrededor de la toma de poder de Carlos Salinas de Gortari. En aquella ocasión, la oposición cardenista había denunciado un fraude electoral, luego de la controvertida “caída del sistema” ocurrida durante el conteo de votos (Baena, 2024). Tras el incidente, hubo descontento social y protestas de opositores que fueron minimizadas.

Seis años más tarde, en 1994, aquella crisis política mexicana continuó, cuando Ernesto Zedillo asumió la presidencia, como representante sustituto del PRI, debido a que Luis Donaldo Colosio, candidato oficial del partido, había sido asesinado durante un mitin (Baena, 2024). A su vez, también surgió el levantamiento del Ejército Zapatista de

Liberación Nacional, que se consolidó como otra oposición al gobierno priista, distinta a la que lideraba Cuauhtémoc Cárdenas.

Ya entrado el nuevo milenio y bajo el eslogan de “alternancia política” a la hegemonía priista de más de cincuenta años, Vicente Fox Quesada del Partido Acción Nacional (PAN) tomó protesta, luego de un proceso electoral relativamente pacífico. No obstante, también en este contexto, Andrés Manuel López Obrador surgió como su principal opositor. En consecuencia, para el año 2006, el candidato Felipe Calderón Hinojosa representó al oficialismo panista, mientras que la oposición principal fue liderada por López Obrador del Partido de la Revolución Democrática.

De acuerdo con el registro, durante aquella ceremonia del 2006, ocurrieron diversos enfrentamientos debido al conflicto generado por los resultados electorales, considerados fraudulentos por los opositores perredistas (Baena, 2024). En consecuencia, el evento se desarrolló entre enfrentamientos, dentro y fuera del Palacio Legislativo².

Cabe señalar que, días antes, el 20 de noviembre de ese mismo año, el líder de oposición perredista dio juramento de manera no oficial en el Zócalo de la Ciudad de México, con el respaldo de una Comisión Nacional Democrática integrada por un millón setecientos veinticuatro delegados (Becerril, Saldierna, Garduño & Méndez, 2006). Con esto, Obrador no sólo buscó emular una toma de poder —momento en el que se autoproclamó presidente legítimo—, sino desconocer al gobierno entrante de Felipe Calderón. Según la revista *Proceso*, en un “Zócalo abarrotado”, AMLO recibió una banda presidencial, dio juramento y presentó un gabinete alternativo (Proceso, 2006)³.

En contraste, la ceremonia oficial del panista Felipe Calderón Hinojosa, llevada a cabo en el Palacio Legislativo 11 días después, transcurrió de manera rápida y en medio de enfrentamientos violentos entre simpatizantes y opositores del oficialismo.

Por su parte, la siguiente toma de poder del priista Enrique Peña Nieto, también estuvo marcada por manifestaciones de grupos opositores en las inmediaciones del evento. En esta ocasión, se volvió a denunciar un presunto fraude electoral, al igual que en 2006 (Baena, 2024). No obstante, con el regreso del PRI a la presidencia, también se puso en entredicho la alternancia promovida por el PAN doce años antes.

² Para ver parte del conflicto de la Toma de Protesta de Felipe Calderón Hinojosa, puede acceder al video: <https://www.youtube.com/watch?v=5DICmq-nsUU>

³ Para ver la Toma de Protesta simbólica de López Obrador en 2006, puede acceder al video: <https://www.youtube.com/watch?v=T2hV3UVLSDE&t=55s>

De acuerdo con el recuento documentado por Aristegui Noticias, en aquella celebración del 1 de diciembre del 2012, se estableció una confrontación entre civiles y la Policía Federal, en los alrededores de San Lázaro y el Centro Histórico (Aristegui, 2012). Según el mismo reporte, hubo heridos por balas de goma u otras armas, y al menos 92 personas fueron detenidas arbitrariamente, incluidas 11 menores de edad.

Ahora bien, es importante destacar que durante las elecciones del 2006, la oposición estuvo representada principalmente por el movimiento obradorista y perredista. En contraste, en el año 2012 no todos los grupos de oposición se identificaron con el obradorismo y el partido MORENA, o por lo menos no de manera abierta. Sin embargo, durante el proceso electoral de este último sexenio, hubo un descontento compartido por los opositores, contra la figura de Enrique Peña Nieto y el priismo.

Como resultado, la dialéctica entre conciencias contrarias permaneció establecida entre el oficialismo del PRI y el PAN vs el obradorismo, transfigurado en el partido MORENA a partir del año 2011.

De esta forma, para el proceso electoral del 2018, López Obrador, candidato de oposición por parte de la coalición “*Juntos Haremos Historia*”, ganaría la mayoría en las urnas y con ello el cargo de presidente de México.

En esta última celebración se llevó a cabo un segundo acto, realizado en el Zócalo de la Ciudad de México. Cabe destacar que, aquella toma de protesta transcurrió sin confrontaciones violentas. Según el medio digital *Animal Político*, el evento sucedió de forma pacífica (Animal Político, 2018).

Ahora bien, para concluir esta breve interpretación histórica sobre la confrontación política que ha envuelto al evento de la Toma de Protesta, resulta valioso ubicar el lugar que ha ocupado el gobierno de AMLO en la relación dialéctica del devenir político mexicano.

Si bien, durante los primeros años del nuevo milenio, Obrador surgió como opositor —primero del PAN y posteriormente del PRI—, su lugar en la confrontación política mexicana puede entenderse como *antítesis*, es decir: como el segundo momento de la relación dialéctica, representado por la *conciencia dependiente*, el siervo o el esclavo. Por lo tanto, los gobiernos del PRI y el PAN corresponden a la *tesis*, esto es: el primer momento en la relación dialéctica, la *conciencia independiente*, el señor o el amo.

En consecuencia, la toma de poder de López Obrador en 2018 marcó el inicio de un momento de *síntesis*: el tercer momento de la relación dialéctica. Este punto se extiende hasta la victoria electoral presidencial de Claudia Sheinbaum Pardo.

En síntesis, los tres momentos de la dialéctica entre consciencias contrarias son: 1) el primer momento, la tesis, donde la consciencia independiente se afirma, como amo y señor de la relación; 2) el segundo momento, la antítesis, donde la consciencia dependiente, el esclavo o el siervo, se opone al primer momento; y 3) la síntesis, que surge como resultado de la lucha entre ambas consciencias, es decir, la consecuencia de los dos momentos anteriores.

Tomando en cuenta la anterior articulación histórica mexicana en clave dialéctica, puede precisarse su lugar en el proceso político y sociocognitivo. En este sentido, el *paradigma del grupo mínimo* (descrito en la construcción teórica sociocognitiva del presente trabajo) se establece, durante el evento de la toma de protesta, en forma de relación dialéctica entre los simpatizantes y opositores del oficialismo. Así, la dialéctica aplicada al fenómeno político, permite interpretar el movimiento histórico entre consciencias opuestas, en la confrontación entre el oficialismo y sus opositores.

Asimismo, la comprensión dialéctica del fenómeno político mexicano permite situar, dentro del proceso histórico, a las hegemonías construidas y sostenidas por el poder presidencial a lo largo del tiempo: desde el conservadurismo del México independiente, pasando por el juarismo, el porfiriato, el maximato, hasta el priismo. En consecuencia, también permite comprender el lugar de los opositores a lo largo del tiempo.

Finalmente, es importante aclarar que esta breve reconstrucción de la dialéctica histórica del contexto político mexicano, tiene por objetivo iniciar la comprensión del conflicto por el poder presidencial a través del tiempo, no agotarlo y mucho menos profundizarlo. Más bien, resulta muy útil para comprender la confrontación política que ha rodeado la Toma de Protesta, debido a la competencia por el poder presidencial, como la realidad histórica y ontológica alrededor del evento político que se investiga.

1.1.3 LA EVOLUCIÓN MEDIÁTICA DEL EVENTO

Contextualizar la evolución de los medios de comunicación en la cobertura de las tomas de protesta requiere, simultáneamente, examinar el desarrollo tecnológico. Por ello, resulta útil analizar paso a paso cómo ha cambiado la transmisión mediática y el acceso a la información del evento.

De esta forma, puede iniciarse señalando que la primera cobertura se remonta hasta 1824, con la toma de poder de Guadalupe Victoria. En aquel año no existía la radio, la televisión o los medios digitales. Sin embargo, periódicos como *El Sol de México*

(1824), *El Iris de Jalisco* (1824) o *El Águila Mexicana* (1824), publicaron el juramento del primer presidente de México, el mismo día o al siguiente de haber sido pronunciado.

Antes bien, durante el siglo XIX y principios del XX, era común que los periódicos difundieran el evento con días de atraso. Esto ocurrió con *El Siglo Diez y Nueve* (1858), que informó sobre la toma de poder del expresidente Benito Juárez con seis días de demora. Algo similar pasó con *El Monitor Republicano* (1876) que registró la disputa entre Lerdo de Tejada y Porfirio Díaz, conocida como la Revolución de Tuxtepec, la cual culminó con la victoria de este último concretada con su toma de poder el año de 1876.

Desde aquellos tiempos, era común que los periódicos tomaran posicionamientos políticos frente a los acontecimientos, actuando como representantes de la facción o ideología que defendían. Un caso emblemático fue el de la prensa *Regeneración*, vinculada al movimiento anarquista de los hermanos Flores Magón.

Todavía, hasta la primera mitad del siglo XX, el medio escrito tuvo un lugar central en el panorama mediático mexicano, aunque con un alcance limitado y asincrónico. En contraste, con la llegada del medio radiofónico ocurrió un cambio en la cobertura del evento. La primera ocasión que se transmitió la celebración a través de este medio, fue con el expresidente Plutarco Elías Calles, el 1 de diciembre de 1924 (Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, 2025). La ceremonia fue transmitida por la estación *Radio Educación* con frecuencia de 560 kHz, como una estrategia política de control social, luego de varios años de enfrentamiento armado entre el oficialismo y opositores.

Aunque en principio, el medio radiofónico tuvo por objetivo enfocarse en temas culturales y musicales, con el tiempo, estaciones como XEB o XEW, ampliaron la programación para incluir la difusión de noticias (Moreno, 2019). De esta forma, desde la segunda mitad del siglo XX, las estaciones de radio comenzaron a dedicar espacio específicamente al tema político, en amplitud y frecuencia AM o FM.

Más recientemente, conductores y programas también se han caracterizado por marcar posicionamientos políticos, a favor o en contra de los gobiernos. Ejemplo de esto fue el escándalo de la Casa Blanca en contra del expresidente Peña Nieto, revelado por Carmen Aristegui a través de la cadena MVS (acto que le costó su despido); o el apoyo del periodista Hernán Gómez al gobierno de López Obrador desde *La Octava Radio*.

Ahora bien, a diferencia del medio radiofónico, la televisión incorporó el formato audiovisual al planteamiento comunicativo, transformando con ello drásticamente el acceso y manejo de la información en el país.

Fue el 1 de diciembre de 1946 cuando la televisión mexicana transmitió por primera vez una Toma de Protesta, durante la investidura de Miguel Alemán Valdés⁴. El evento mostró la potencia tecnológica del medio, al grado de que, en décadas posteriores, se volvería un pilar para el poder político mexicano.

Concretamente, ese control se estableció con el duopolio televisivo, integrado por Televisa (fundada el 8 de enero de 1973), y TV Azteca (fundada el 2 de agosto de 1993). Desde aquellos años, ambas empresas desempeñaron un papel central en la vida política de México, con su influencia informativa, en la cobertura de eventos oficiales, la transmisión de procesos electorales, la publicidad de partidos y actores políticos, o la producción de noticieros, programas de opinión y mesas de debate.

Un episodio icónico de esto, fue el ocurrido con el programa *24 Horas*, conducido por Jacobo Zabludovsky, durante las elecciones presidenciales de 1988 (Rodríguez, 2024). A través de su espacio, Televisa minimizó denuncias de fraude electoral provenientes de distintos sectores de la población, para adoptar la versión oficial del gobierno priista y así contribuir a legitimar el dudoso resultado. De esta forma, el manejo mediático tuvo un papel importante para la consolidación presidencial de Salinas.

Esto no solo es una muestra de la histórica subordinación de los medios de comunicación (*mass media*) a los intereses de los gobiernos, sino que exhibe los sesgos en el acceso a la información y la participación política que predominó en el país durante el siglo XX. Al igual que aquel episodio, periódicos, revistas, estaciones de radio y televisoras, se alinearon con los intereses del gobierno, recurriendo a la censura, el silenciamiento o la manipulación (Rodríguez, 2024). Cabe destacar que esta instrumentalización de los *mass media* fue predominante en México durante el siglo XX.

Sin embargo, en los últimos años, tras la irrupción de las redes sociales al panorama mediático, se ha modificado la comunicación y el manejo de la información. La apertura a la generación de contenido o la posibilidad de participación por publicaciones, comentarios, *chats*, *likes* o *shares*, han redefinido las formas de manejo informativo, y ampliado los espacios de debate y confrontación política en el país.

Antes bien, la llegada de las redes sociales a México puede remontarse hasta la década de 1980, con el registro de la primera computadora conectada a internet (Koenigsberger, 2014). Empero, fue hasta la segunda década del siglo XXI cuando comenzaron a tener un lugar importante en la vida política del país. ¿A qué se debió esto?

⁴ Para ver la grabación de la transmisión de la Toma de Protesta de Miguel Alemán Valdés en 1946, véase el siguiente video: <https://www.youtube.com/watch?v=60gNH64HLys>.

Tan sólo del año 2015 al 2020, el acceso a internet incrementó del 57% al 72% (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2020). Es decir, en cinco años, el número de mexicanos con conectividad a internet pasó de 62 a 84 millones. Este cambio es aún más drástico si se compara con los datos del 2006, cuando solo 1 de cada 10 hogares contaba con internet (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2006).

Ya para el año 2023, “97.0 millones de personas usaban internet” a través de *smartphones* o *tablets* (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2023). No obstante, todavía en 2015 los sondeos aún no registraban el uso de estos dispositivos. En este sentido, puede aseverarse que el aumento más importante en el uso de las redes sociales en México, ha sucedido en los últimos 10 años.

Más recientemente, en el año 2022, 9 de cada 10 mexicanos ya utilizaba alguna *app* para la interacción social y consumo de información (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2022). En ese año, las 5 *apps* de red social más populares fueron:

PLATAFORMA	POPULARIDAD (2022)	USO PROMEDIO POR PERSONA
1. WhatsApp	95.3%	4 hrs. 22 min por día
2. Facebook	87.4%	2 hrs. 12 min por día
3. Instagram	37.3%	1 hrs. 42 min por día
4. TikTok	20.9%	1 hrs. 29 min por día
5. Twitter / X	19.4%	1 hrs. 13 min por día

CUADRO 1. POPULARIDAD DE REDES SOCIALES EN MÉXICO (2022). Elaboración propia con base en datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Para el 2023 y 2024, el consumo de *WhatsApp* disminuyó y el de *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* y *X* aumentó (Branch, 2024). También, *YouTube* registró un aumento, con un consumo de más de 65 millones de mexicanos (Branch, 2024; Vega, 2023).

PLATAFORMA	POPULARIDAD (2023-2024)
WhatsApp	92.2%
Facebook	93.2%
Instagram	80.4%
TikTok	76.5%
X	53.6%

CUADRO 2. POPULARIDAD DE REDES SOCIALES EN MÉXICO (2023-24). Elaboración propia con base en datos del sitio web www.Branch.com.co.

En consecuencia, el desarrollo de Internet en México ha modificado no sólo las formas de acceso a la información, sino también las formas de participación política en el país. Surge entonces la pregunta: ¿a qué se debe este incremento en el uso de las redes sociales? Una primera explicación se encuentra en el aumento del desarrollo tecnológico digital, así como en el acceso a la telefonía móvil, particularmente de los *smartphones*, más que al uso de ordenadores personales o portátiles.

Asimismo, como se observa en los datos de los Cuadros 1 y 2, se registró un incremento significativo en el consumo de la plataforma X entre los años 2022 y 2024, fenómeno que puede entenderse como parte de la evolución de la brecha digital. En este sentido, durante el año de la celebración de Claudia Sheinbaum Pardo, la plataforma X ya concentraba más del 50% de la población con acceso a internet. Es importante señalar que la brecha no sólo se refiere al rezago en infraestructura, sino también a las desigualdades en el acceso y consumo de los servicios, incluidas las redes sociales.

Ahora bien, un episodio representativo de estos cambios mediáticos digitales, se encuentra en la toma de protesta del expresidente Enrique Peña Nieto, celebrada el año 2012. Esta ceremonia fue la primera que tuvo cobertura a través de las redes sociales en el país⁵. Cabe destacar que aquella ocasión estuvo acompañada del conflicto político, establecido en redes sociales con denuncias contra el presidente priista entrante, con los hashtags *#SiYoFueraPresidente*, *#NoTenemosPresidente* o *#YoSoy132* (Juárez, 2012).

Posteriormente, en el año 2018, el uso de las redes sociales para la celebración aumentó. Por un lado, el desarrollo de la infraestructura digital y el acceso a internet tuvieron un aumento importante. Por otro, la cobertura y participación en eventos políticos a través de redes sociales incrementó entre la población mexicana. En consecuencia, desde aquel año, la toma de poder tuvo una amplia difusión sociodigital. Inclusive, el evento contó con *streaming* desde la cuenta oficial del presidente electo, transmitida en directo el 1 de diciembre de aquel año, con el hashtag *#AMLOFest*⁶.

Cabe destacar que, a lo largo de ese sexenio, el uso diario de las redes sociales ya era un rasgo distintivo en la comunicación política mexicana. *YouTube* se convirtió en una de las principales plataformas para la difusión de noticias en México. También, el expresidente López Obrador alcanzó una de las audiencias digitales más grandes a nivel

⁵ Para ver la grabación de la transmisión de la toma de protesta de Enrique Peña Nieto, véase los siguientes videos: <https://www.youtube.com/watch?v=hCwR3Td7CLc&t=280s>
<https://www.youtube.com/watch?v=kWAh6zihPuo&t=684s>.

⁶ Para ver la grabación de la transmisión de la toma de protesta de López Obrador en 2018, véase el siguiente video: <https://www.youtube.com/watch?v=Pm22t2YVxmg&t=5s>.

internacional, posicionándose como el *streamer* más visto en toda Latinoamérica durante el año 2023 (Martínez, 2023). Asimismo, *Tik-Tok* entró al panorama sociodigital mexicano, y la plataforma *Twitter* cambió de propietario y su nombre a X.

En cuanto a los *mass media*, experimentaron una transformación importante, para adaptarse a la era digital. Los principales diarios se abrieron camino en redes sociales y crearon sus propios sitios web para almacenar y publicar sus ediciones digitales. De manera similar, la radio abrió nuevos espacios a través de estaciones por internet, *podcasts* o la integración de programas y conductores dentro de las redes sociales para su participación continua en temas políticos. Igualmente, el duopolio televisivo y diversos programas de TV. implementaron estrategias digitales con el objetivo de consolidar su presencia a través de las redes sociales.

En resumen, la influencia política de los *mass media* se ha modificado con la llegada de las redes sociales en la última década. Sin embargo, también han surgido diversos cuestionamientos sobre el manejo informativo dentro de estos medios digitales: ¿Qué sucede con la influencia de los algoritmos, la segmentación del contenido o la personalización que forma burbujas informáticas? ¿Qué o quién decide que algo sea viral? ¿Cómo se logra ser un influencer? Y lo más importante ¿cómo se ha modificado la cobertura de los eventos políticos en México?

1.1.4 EL CONTEXTO EN LA CELEBRACIÓN DE SHEINBAUM PARDO

En 1916, aún en medio de un contexto revolucionario armado, se inició el debate sobre el derecho al voto de la mujer en México, con los Congresos Feministas de Yucatán (Cano, 2018). El proceso se extendió durante casi cuarenta años, hasta 1953, cuando finalmente se logró el derecho al voto de la mujer en el país, durante la administración de Adolfo Ruíz Cortines (Garza, 2016). No obstante, tuvieron que transcurrir aún dos años más, antes de que las mujeres participaran por primera vez en unas elecciones federales.

Décadas más tarde, en 1982, Rosario Ibarra de Piedra logró la primera candidatura presidencial encabezada por una mujer, con el Partido Revolucionario de los Trabajadores “PRT”. Años después, personajes como Cecilia Soto del Partido del Trabajo (1994), Patricia Mercado del Partido Alternativa Socialdemócrata (2006) o Josefina Vázquez Mota del Partido Acción Nacional (2012), se sumaron al avance para la adquisición de los derechos electorales para la mujer mexicana, con sus candidaturas a la presidencia.

Antes bien, otro avance importante en materia de igualdad de género ocurrió en 2014, cuando se instituyó la obligación para todos los partidos políticos de postular sus candidaturas de manera paritaria, en el congreso federal y locales (Bonifaz, 2015).

En medio de este contexto, surgió Claudia Sheinbaum Pardo, como una figura central del movimiento obradorista y el partido MORENA, los cuales alcanzaron su auge en 2018, con la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la presidencia.

Cabe destacar que la carrera política de Claudia Sheinbaum, se ha formado en el ejercicio de cargos públicos: con la gestión en la Secretaría de Medio Ambiente del Distrito Federal en 2002, con su administración de la Delegación Tlalpan en 2015 o con su jefatura de gobierno de la Ciudad de México en 2018.

Ahora bien, luego de su renuncia a la jefatura de gobierno, el 7 de septiembre del 2023, dió inicio a su candidatura presidencial, con el acto de transición de bastón de mando entre ella y Obrador (Terreros & Jiménez, 2023). Esto la consolidó como líder del movimiento morenista y también aseguró gran parte de los simpatizantes obradoristas.

Ya durante el periodo oficial de campaña, sus opositores se caracterizaron por la disidencia contra López Obrador, ella y la facción política encabezada por MORENA. Sus principales opositores fueron la coalición “*Va por México*” integrada por PRI-PAN-PRD o el partido Movimiento Ciudadano (MC).

Al respecto de la coalición “*Va por México*”, en oposición a Sheinbaum y el oficialismo, es importante señalar que estuvo liderada por Xóchitl Gálvez Ruiz. Esta candidata empleó como discurso de campaña, su origen indígena y trayectoria académica de superación personal para volverse empresaria. También, otra estrategia de Gálvez fue la defensa de las instituciones que el gobierno de Obrador buscó reformar. Ejemplo de esto último, fue su rechazo al intento de reformar el Instituto Nacional Electoral (INE) que le adscribió al movimiento “*La Marea Rosa*”, así como su rechazo a la Reforma al Poder Judicial impulsada a través del “Plan C” por el gobierno encabezado por Obrador.

Por su parte, el candidato y opositor Álvarez Maynez del partido MC, empleó como estrategia de campaña un discurso de innovación, que fue acompañado de canciones y hashtags que se viralizaron en plataformas digitales y diversos medios tradicionales.

Ambos opositores emitieron diversas críticas hacia el oficialismo y la figura del presidente López Obrador, alegando favoritismos que beneficiaron a Sheinbaum Pardo como candidata de MORENA en campaña. Algunas de estas críticas se cristalizaron en exigencias para un control electoral que garantizara condiciones justas e imparciales para

los resultados de la votación. Como respuesta, el INE impuso en repetidas ocasiones restricciones al presidente, específicamente en el uso de sus conferencias matutinas.

También, otras figuras de oposición como Claudio X. González, Alejandro Moreno, Marko Cortés, Vicente Fox o Jesús Zambrano, también encabezaron constantes críticas y acusaciones contra la figura de Obrador y Sheinbaum. Algunos ataques se hicieron a través de espacios digitales como *Latinus* o *Atypical TV*, o con tendencias que fueron viralizadas a través de X mediante el uso de *bots* (López-Castro, 2024).

Por lo anterior, puede aseverarse que los opositores al gobierno de Obrador han utilizado las redes sociales para amplificar sus discursos y posturas políticas, es decir, con propósitos instrumentales, exagerando o limitando la viralización de temas. Ejemplo de ello fue la poca atención que le dieron a la detención del exsecretario de seguridad Genaro García Luna por vínculos con el narcotráfico, en contraste con la difusión masiva de los hashtags *#NarcoPresidente* y *#NarcoCandidata* a través de la plataforma X.

Por otro lado, durante el último periodo de campaña también hubo polarización y confrontación constante en redes sociales, nunca antes vista. Los enfrentamientos fueron recurrentes entre generadores de contenido, simpatizantes y opositores, que recurrieron al uso de *fake news*, *bots*, *shitposting*, comentarios y *memes*, para defender sus posiciones.

Ya en el día de los debates presidenciales, la confrontación se estableció en forma de polarización y hostilidad dentro de las redes sociales, entre las distintas identidades político-partidistas contendientes. En cada debate los candidatos discutieron temas distintos: economía, salud, educación, seguridad, etc.

Finalmente, la competencia electoral culminó el día de las elecciones, celebradas el 2 de junio del 2024, momento en el que Sheinbaum logró la victoria con el 59.75% de los votos efectivos en urnas (Pérez, 2024). Pese al conteo oficial, opositores de la coalición “*Va por México*” intentaron impugnar los resultados, alegando irregularidades en el proceso de campaña. Sin embargo, las acusaciones no tuvieron resolución alguna por las autoridades correspondientes.

De esta manera, la victoria de Claudia Sheinbaum Pardo fue oficializada, meses antes de su celebración en el evento de la Toma de Protesta. En los días más próximos al 1 de octubre del 2024, día de su realización, las encuestas post-electorales registraron una aprobación de más del 70% de la población mexicana, para la nueva presidenta electa (Barragán, 2024).

Cabe destacar que, junto al triunfo de Sheinbaum, el partido MORENA y sus aliados lograron obtener la mayoría calificada en la Cámara de Diputados y Senadores.

Esto les permitió concretar el “Plan C”, cuyo objetivo fue la Reforma al Poder Judicial, el cual fue uno de los principales puntos de conflicto durante el evento.

1.2 JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

A partir de la contextualización del evento, se ha hecho explícita la pertinencia de su estudio. En síntesis, el conflicto derivado de la histórica competencia por el poder presidencial entre identidades políticas distintas, junto con la evolución mediática de la Toma de Protesta, evidencian la necesidad de investigar la dimensión digital de los acontecimientos políticos contemporáneos en el país.

Por lo anterior, a continuación se describe la pertinencia y relevancia de la investigación sobre el evento político en X, lo cual justifica su realización.

1.2.1 LA PERTINENCIA SOCIAL

La pertinencia social del trabajo se encuentra en los cambios mediáticos de la época, que han redefinido la competencia y confrontación política. La interacción se ha trasladado al espacio digital, donde los algoritmos y las noticias falsas sesgan la información.

A diferencia de la concentración informativa que caracterizaba a los *mass media*, en las redes sociales la información se disemina desde múltiples puntos, simultáneamente. Como resultado, la segmentación y viralización de contenidos, junto con la formación de tendencias, toman un lugar importante en los acontecimientos políticos contemporáneos.

De esta forma, queda claro que las redes sociales no sólo han ampliado el acceso a la información, sino también establecido nuevos espacios de participación y disputa política. En consecuencia, no solo se ha modificado la comunicación y los acontecimientos políticos mexicanos, sino también el evento de la Toma de Protesta.

En síntesis, con la investigación se busca comprender el establecimiento de la confrontación política dentro de la red social X, pero también cuestionar la supuesta horizontalidad en las redes sociales durante los eventos políticos contemporáneos.

1.2.2 EL ENFOQUE DISCIPLINAR TEÓRICO-METODOLÓGICO

La justificación del enfoque etnográfico digital y sociocognitivo de este trabajo, se encuentra en la posibilidad de realizar un estudio sobre las identidades y el conflicto intergrupal durante un evento político en la red social X.

En un inicio, el objetivo principal fue investigar la confrontación política en redes sociales, desde un enfoque psicosocial, considerando plataformas como *Facebook*,

YouTube, TikTok o *X*. Sin embargo, pronto se hizo evidente la necesidad de delimitar la información, para lograr los objetivos del trabajo de investigación, cuestión que condujo a profundizar en el método de la etnografía digital.

En este último, se propone abordar y delimitar el estudio de lo digital a partir de conceptos operativos y metodológicos específicos. En consecuencia, se seleccionó el concepto de “*Evento*”, como eje rector de todo el proyecto de investigación.

Luego se eligió el evento específico, para estudiar la confrontación política en redes sociales. De esta forma, se seleccionó la celebración de la *Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo*, para investigar la confrontación política establecida en redes sociales desde un enfoque psicosocial.

Posteriormente, a partir de las sugerencias de las y los lectores, el estudio se acotó a la red social *X*, que es considerada un termómetro político por distintos investigadores. Sin duda, esto último posibilitó profundizar aún más en la comprensión de la confrontación política en clave psicosocial, establecida dentro del espacio digital.

En síntesis, desde el paradigma sociocognitivo, queda claro que las interacciones en redes sociales no solo reflejan perspectivas individuales, aisladas y atomizadas por los algoritmos, sino también perspectivas y posicionamientos grupales vinculados a identidades políticas específicas.

Finalmente, el planteamiento metodológico también tiene relevancia, debido a la novedad y apertura del estudio del acontecimiento político digital en clave sociocognitiva.

1.2.3 LA SELECCIÓN DEL EVENTO Y LAS REDES SOCIALES

La *Toma de Protesta*, como evento seleccionado para investigar, se justifica por su relevancia social, política e histórica. En otras palabras, el evento mismo es un punto de convergencia entre el desarrollo de los medios de comunicación, las identidades grupales y el acontecimiento político mexicano.

Por otro lado, en repetidas ocasiones, el evento mismo ha sido escenario de confrontación entre distintas identidades políticas, cuestión muy comprensible por la competencia electoral que implica. Por ello, el estudio no solo busca conocer la redefinición mediática del evento político en la actualidad, sino también generar puntos de referencia para estudios posteriores de otros eventos mediatizados en redes sociales.

En cuanto a la selección de la red *X*, se eligió por la posibilidad del acceso a las tendencias, lo cual representa un contrapunto al sesgo y opacidad algorítmica. Plataformas como *Facebook* o *TikTok* han segmentado excesivamente sus contenidos

mediante algoritmos muy cerrados que dificultan el acceso a datos generales y la observación participante. En 2016, *Facebook* eliminó el acceso directo a sus tendencias, para priorizar un *feed* individual más personalizado por los algoritmos, y a partir del 2023, implementó la restricción de perfiles, limitando aún más la observación participante digital. De igual forma, *Youtube*, *Instagram* y *TikTok* han adoptado formatos similares.

En contraste, X sigue siendo una plataforma donde la confrontación y la polarización política se manifiesta abiertamente en forma de contenido, lo que implica una apertura a la participación política, al tiempo que permite profundizar en el trabajo etnográfico digital mediante el análisis de tendencias y la observación participante.

1.2.4 EL LUGAR DEL INVESTIGADOR

A partir de este estudio el maestrante e investigador busca ampliar su conocimiento teórico y metodológico. Por lo tanto, la relevancia de este trabajo para él, se reconoce principalmente en su formación académica dentro de la Psicología Social. En otras palabras, el trabajo aporta a su aprendizaje en el paradigma sociocognitivo y el método etnográfico digital.

No obstante, el estudio del acontecimiento político mexicano también responde a su interés personal por el tema. En otras palabras, forma parte de una necesidad por conocer cómo se establece la confrontación política en las nuevas tecnologías digitales.

En este sentido, el trabajo también responde al interés del investigador por los estudios sociodigitales dentro de las ciencias sociales. Por lo tanto, este trabajo también contribuye a formar su experiencia como investigador en un área de innovación en todo el planeta, y simultáneamente aporta a la construcción de conocimiento sobre lo psicosocial, lo político y lo digital, a toda la comunidad universitaria.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las redes sociales han dejado de ser simples medios de comunicación y acceso a la información, para convertirse en escenarios de confrontación política. Plataformas como X han establecido nuevas formas de participación política, distintas a los *mass media*.

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales —cuyo control informativo estaba centralizado—, las redes sociales han establecido manejos de información más descentralizados, pero no por ello libres de manipulación. Los algoritmos pueden influir en la claridad u opacidad informativa, que sesgan o consolidan

temas en lo social. Del mismo modo, la polarización y las tendencias funcionan ahora como instrumentos para el manejo mediático digital.

Antes bien, no sólo ha cambiado la forma de producirse y consumirse la información sobre política en México, sino también las formas de participación y confrontación. De esta manera, el conflicto ya no se limita al encuentro cara a cara, sino que se puede articular a través de estrategias e interacciones digitales, que buscan legitimar o socavar posturas e identidades, a través de *hashtags*, tendencias, comentarios, tweets y *likes*.

Por lo tanto, la manipulación mediática no ha desaparecido, sólo se ha modificado. Los participantes en el espacio digital han dejado de ser simples receptores de información como en los *mass media*, para convertirse en individuos que producen y reproducen contenidos, aceptan o rechazan tácticas de información y desinformación, impulsan o socavan la viralización de contenidos, apoyan o niegan la construcción de identidades políticas.

1.3.1 TEMA: Identidades y conflicto intergrupal en un evento político a través de X

1.3.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN: ¿De qué manera se configuran las identidades y el conflicto político en la red X durante el evento de la Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo?

Preguntas específicas:

1. ¿Qué grupos políticos se encuentran en la dimensión material y digital del evento?
2. ¿Cómo se configuran los liderazgos y el favorecimiento endogrupal de cada identidad política, en la dimensión material y digital del evento?
3. ¿Cómo se configura la hostilidad exogrupal en forma de estereotipos, prejuicios, discriminación y/o agresiones publicadas en X durante el evento político?

1.3.3 OBJETIVO GENERAL: Comprender cómo se configuran las identidades grupales y el conflicto político en la red X, durante el evento de la Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo.

Objetivos específicos:

1. Identificar los grupos políticos en la dimensión material y digital del evento.
2. Identificar cómo se configuran las identidades grupales y el favorecimiento endogrupal, en la dimensión material y digital del evento.
3. Conocer cómo se configura la hostilidad exogrupal en forma de estereotipos, prejuicios, discriminación y/o agresiones publicadas en X durante el evento político.

1.3.4 ORIGEN DE LOS DATOS:

- 1) Participantes presenciales en el evento del 1 de octubre de 2024.
- 2) 6 participantes remotos en el evento (*online-offline*).
- 3) Publicaciones, fotografías, tweets y tendencias de la red X del día del evento.

1.3.5 ENUNCIADO HIPOTÉTICO: Los testimonios de participantes y contenidos de X sobre el evento investigado, evidencian que la confrontación, la polarización y el conflicto político en México se ha establecido a través de redes sociales.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE EL TEMA

A partir de la contextualización y el planteamiento del problema, ha quedado claro que el tema de investigación se centra en el estudio de las identidades y el conflicto intergrupal durante el evento político de la Toma de Protesta, a través de la plataforma X.

Ahora bien, el estado del arte tiene por objetivo realizar una revisión crítica y sistemática de la literatura existente sobre el tema. Con ello, se buscan identificar avances, debates y vacíos de conocimiento al respecto. De acuerdo con Londoño, esta revisión permite situar el estudio en un marco teórico y metodológico adecuado, orientar las bases conceptuales, definir el uso de las técnicas para el trabajo de investigación, y ubicar su importancia en lo académico (Londoño, Maldonado & Calderón, 2016).

De esta forma, es importante subrayar el contraste que plantea la presente investigación respecto a todos los trabajos revisados, debido al enfoque sociocognitivo y el método etnográfico digital que se emplea. Estos últimos fungen como los pilares para el estudio de las identidades y el conflicto intergrupal en X, durante el evento.

A continuación, se presenta un resumen general de la revisión realizada.

2.1 PANORAMA GENERAL DEL ESTADO DEL ARTE

Para el estado del arte se recolectaron 54 trabajos de repositorios universitarios, nacionales y extranjeros, así como artículos especializados y reportes académicos de los últimos 10 años a la fecha.

De todo el conjunto, se hizo una selección de 29 documentos para su revisión exhaustiva, que incluyen: 4 tesis de maestría y 8 de licenciatura; 8 artículos doctorales, 2 de maestría y 5 de licenciatura; además de 2 comunicaciones de resultados de nivel licenciatura.

Cada documento fue clasificado en dos segmentos, correspondientes al enfoque teórico y al método empleado. El primero corresponde a la búsqueda de literatura relacionada con el enfoque sociocognitivo, especialmente el conflicto, los estereotipos y/o la polarización en redes sociales. El segundo corresponde a la búsqueda de la literatura sobre estudios de medios de comunicación en contextos políticos, con el objetivo de ahondar en la comprensión del método etnográfico digital.

Antes bien, el orden de toda la revisión consideró tres criterios: 1) la revisión general por disciplina y grado académico de cada trabajo; 2) la clasificación por métodos y enfoques teóricos de todos los documentos; y 3) la síntesis de los resultados, o las conclusiones más relevantes de cada estudio para el desarrollo del tema de investigación.

A continuación, se presenta un informe de la revisión sistemática desde distintas disciplinas, incluyendo psicología, psicología social, sociología, antropología, ciencia política, comunicación y periodismo.

2.2 ESTUDIOS SOBRE CONFLICTOS, ESTEREOTIPOS Y POLARIZACIÓN

Para el primer segmento se revisaron 17 trabajos publicados entre el 2014 y el 2024, provenientes de repositorios de más de diez instituciones académicas, las cuales pueden verse en la bibliografía del presente documento.

Los siguientes trabajos que se presentan, concentran la revisión sobre el enfoque teórico desde el paradigma sociocognitivo, específicamente en el tema sobre el conflicto, los estereotipos y/o la polarización en redes sociales.

2.2.1 REVISIÓN POR DISCIPLINA, GRADO Y DOCUMENTO

En el campo de la Psicología y la Psicología Social, se encontraron tres trabajos sobre el conflicto, los estereotipos y la polarización en redes sociales. Sin embargo, es importante destacar que son escasas las investigaciones que abordan estos temas desde un enfoque sociocognitivo o a través de la etnografía digital.

Ahora bien, el primer trabajo que se revisó, fue la tesis de licenciatura por parte de la Universidad Autónoma Metropolitana de Ramírez (2020), titulada *“Los linchamientos digitales en Twitter y la comunicación política”*. Este trabajo explora cómo funcionan los mecanismos de exclusión y la agresión hacia identidades específicas en la red social X. El estudio muestra cómo, a través de *hashtags* y *bots*, se generan tendencias virales denominadas *«shitstorms»*, empleadas para la segregación simbólica de identidades en la plataforma digital, lo que intensifica el conflicto político. Aunque abona mucho a la comprensión de la temática sobre la polarización en un contexto sociodigital, no estudia un evento específico desde la etnografía digital con un enfoque sociocognitivo.

El segundo trabajo de psicología que se revisó, corresponde a la tesis de licenciatura de Zúñiga (2024), *“Estereotipos de belleza en redes sociales y su impacto psicosocial en jóvenes universitarios de Quito”*. En este estudio se analizó cómo los estereotipos de *Facebook* basados en ideales de belleza hegemónicos, afectan la percepción de la identidad y el autoestima de los jóvenes, lo que implica la exclusión social fuera y dentro de la red social. En contraste con la presente investigación, aquel documento no aborda el conflicto político y tampoco examina las confrontaciones entre identidades opuestas desde un enfoque sociocognitivo durante un evento.

El tercer trabajo corresponde al artículo académico de Barreto, Borja & López-López (2012), “*Estereotipos asociados a la legitimación de la violencia política por un sector de la población universitaria en Colombia*”, que analiza cómo los estereotipos y prejuicios hacia grupos armados legitiman el rechazo y segregación hacia ellos, dentro la sociedad colombiana. Este estudio muestra cómo se establecen divisiones entre la aceptación de la violencia por parte de militares nacionalistas, frente al rechazo hacia los opositores en resistencia. Pese a que el trabajo investiga los estereotipos y prejuicios hacia grupos en un contexto de conflicto, se distingue de la presente investigación en el ámbito político y digital, así como en el enfoque teórico sociocognitivo.

Ahora bien, en el campo de la Antropología, se identificaron dos trabajos significativos para la revisión del estado de la cuestión. El primero es la tesis de licenciatura de Palacio Millán (2024), titulada “*Belleza imposible: filtros fotográficos en las redes sociodigitales*”. Este estudio muestra que los estereotipos de belleza en la plataforma *Facebook*, perpetúan el racismo estructural que privilegia características caucásicas sobre la piel morena. Esto contribuye a la comprensión de los estereotipos en redes sociales, pero no orienta en el tema del conflicto desde un enfoque sociocognitivo.

El segundo documento en el mismo campo es el artículo “*La Antropología frente a la racialización de los procesos político-electorales en México*” (Oehmichen-Bazán, 2021), el cual analiza cómo los estereotipos raciales y clasistas actúan como herramientas en campañas políticas, para reproducir desigualdades estructurales. A pesar de que este artículo aborda la estereotipia y el tema político, se distingue de la presente investigación en el contexto digital y el enfoque teórico-metodológico. No obstante, su aporte resulta valioso, debido a que denuncia la discriminación en un contexto político.

Por su parte, en el ámbito de las Ciencias Políticas y Sociales, destacan cuatro trabajos que contribuyen al conocimiento del estado del arte. El primero es el artículo doctoral de Estrada & Martínez (2023), publicado por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, el cual estudia la polarización en redes sociales durante un enfrentamiento armado conocido como “*El Culiacanazo*”. Este artículo investiga el conflicto político dentro de la plataforma X a partir de un evento específico que establece la polarización entre identidades políticas que apoyan al gobierno frente a sus opositores. En este sentido, el artículo resulta muy útil para orientar la presente investigación, pero se distingue por el enfoque teórico y el planteamiento metodológico.

El segundo trabajo en la misma área, realizado por Marañón, Muñiz & Barrientos (2021), es un estudio doctoral sobre los estereotipos de género en campañas electorales

que fue publicado por la *Revista de Comunicación* de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Aunque estudia un contexto político de confrontación a través de los medios de comunicación de masas, no incluye un análisis cualitativo de las plataformas digitales desde un enfoque sociocognitivo.

El tercer estudio en este campo, es el informe titulado “*La extrema derecha populista en Twitter: Análisis comparado del discurso de sus líderes en España, Francia e Italia*” (Berna & Soriano, 2024), el cual investiga cómo se emplean estrategias comunicativas en la red social X, para construir narrativas que polarizan distintas identidades políticas. Aunque estudia un contexto europeo, sugiere reflexiones importantes para la presente investigación, específicamente en lo que toca al papel de las redes sociales como medios de comunicación para establecer el conflicto político. En este sentido, el informe resulta útil para comprender el evento de la Toma de Protesta, debido a que implica la polarización en la red social X. No obstante, se distingue del enfoque teórico sociocognitivo.

El cuarto trabajo en el ámbito de las Ciencias Políticas y Sociales es el artículo de Moret-Soler, Alfonso-Muñoz & Casero-Ripollés (2022), titulado “*La negatividad digital como estrategia de campaña en las elecciones de la Comunidad de Madrid de 2021 en Twitter*”. En este documento se estudia el uso de las publicaciones negativas, con énfasis en las emociones como el orgullo o el asco, como estrategia política para atacar a adversarios en X. Esto orienta en el tema de la polarización, la confrontación y el conflicto político a través de X, pero se distingue en el planteamiento teórico-metodológico.

Respecto al ámbito de la Comunicación, destacan tres trabajos. El primero es el estudio de Cordero (2021), que investiga la plataforma X, utilizada como herramienta de comunicación política para amplificar discursos dirigidos a jóvenes, con el objetivo de generar simpatía hacia los distintos partidos políticos en España. Este informe muestra el uso de la plataforma digital como estrategia de comunicación política. Sin embargo, no examina el conflicto intergrupal, ni las identidades desde un enfoque sociocognitivo durante un evento político específico.

Por su parte, el segundo estudio en el ámbito de la Comunicación es el artículo de Ruiz & Muñiz (2017), el cual investiga cómo los estereotipos de género afectan la percepción de las mujeres durante las campañas electorales. Este trabajo comparte con la presente investigación el análisis de los estereotipos en contexto político. Sin embargo, no estudia el conflicto intergrupal a través de X desde un enfoque sociocognitivo.

El último trabajo revisado en el campo de la Comunicación es el artículo de maestría titulado “*Comunicación política y redes sociales*” (Posligua & Ramírez, 2024). Allí, se investiga la influencia de la red social *TikTok* en la opinión de los jóvenes. Aporta a la presente investigación para la comprensión del tema de la influencia en las plataformas digitales. No obstante, se diferencia en el enfoque teórico y metodológico.

Ahora bien, dentro de la Sociología se revisó la tesis de licenciatura de Eduardo Cruz (2018), titulada “*Los estereotipos sociales en el cine mexicano contemporáneo (2013-2018)*”. Esta investigación estudia cómo algunas cintas cinematográficas refuerzan estereotipos de género, clase u orientación sexual. Aunque se estudia la estereotipia, se distingue de la presente investigación en el tema político, el contexto sociodigital, el medio y el enfoque teórico-metodológico.

Por otra parte, en el área de la Ingeniería en Sistemas, Mantilla & Velandia (2023), realizaron un trabajo titulado “*Detección de discursos polarizados y de odio en Twitter*”, en el que emplearon técnicas cuantitativas de procesamiento de lenguaje, propias de su disciplina, para analizar la polarización en la red social X, en un contexto electoral. Pese a que el estudio contribuye a comprender la confrontación en el espacio digital, se distingue de la presente investigación por el enfoque teórico y metodológico. Asimismo, aporta al análisis sobre la red social X en contextos de confrontación política.

Respecto al ámbito de los estudios especializados en Opinión Pública, González, Flores & Varnier (2014) muestran cómo los discursos liberal y populista, se confrontan en el imaginario social argentino, a partir de la distinción entre percepción de poder y percepción de democracia. Pese a que aporta a la comprensión del tema sobre la confrontación política, no profundiza en el conflicto y la polarización dentro de la plataforma X. Igualmente, se diferencia por el enfoque teórico-metodológico.

Resulta importante la mención del artículo de Yves González-Quijano (2011), titulado “*Las revueltas árabes en tiempos de transición digital: mitos y realidades*”, debido a que muestra un episodio paradigmático en el uso de las redes sociales, durante las manifestaciones árabes en la segunda década del siglo XXI. Su registro aporta un referente valioso para la presente investigación sobre los eventos mediáticos digitales.

Finalmente, en el campo de las Ciencias de la Información y el Periodismo, se revisó el artículo de Blanco-Alfonso, Rodríguez-Fernández & Arce-García (2022), que estudia la polarización y el discurso de odio con sesgo de género en la plataforma X en España. Este trabajo muestra cómo las cuentas automatizadas, *bots*, se utilizan para la propagación de mensajes de odio en un contexto político específico, donde además de

expresiones de oposición se establecen contenidos de celebración o apoyo. En este sentido, el tema aporta mucho para la comprensión del conflicto y la confrontación a través de redes sociales, pero se distingue de la presente investigación por el enfoque teórico-metodológico.

2.2.2 MARCOS TEÓRICOS Y MÉTODOS RELEVANTES

A modo de síntesis, de los 17 trabajos revisados, 6 adoptan un enfoque estadístico, 4 son cualitativos e incorporan encuestas y entrevistas sin rigor estadístico, 3 corresponden a estudios documentales sin intervención a campo, y 4 aplican la etnografía digital utilizando técnicas como la entrevista, la revisión por archivo, la observación participante y el diario de campo.

Ahora bien, con excepción del estudio de Ramírez (2020), titulado *“Los linchamientos digitales en Twitter y la comunicación política”*, ninguno de los trabajos revisados aplica el método de la etnografía digital fundamentada a partir de las líneas propuestas por Sarah Pink (2019). En contraste, la presente investigación sobre el evento de la Toma de Protesta en X, parte desde los planteamientos metodológicos de esta autora.

Por otro lado, aunque la presente investigación sobre las identidades y el conflicto político intergrupal en redes sociales se desarrolla desde un enfoque interpretativo y cualitativo, los estudios de corte estadístico revisados han sido muy útiles para orientar el uso de macrodatos y el programa MAXQDA, especialmente para la codificación de la información en dos grandes segmentos: los simpatizantes y los opositores, que corresponden a los dos grupos categoriales identificados durante el evento político estudiado. Esto tiene particular relevancia para clasificar el contenido de X.

Ahora bien, un trabajo central para orientar la presente investigación ha sido el artículo doctoral de Estrada & Martínez (2023), que presenta líneas claras para la clasificación del contenido digital entre opositores y simpatizantes del gobierno durante el evento mediático conocido como *“El Culiacanazo”*. En este sentido, contribuye directamente para el desarrollo de la investigación, específicamente para la observación participante digital y la comprensión de la polarización en la red social X.

También, con base en los trabajos de Barreto, Borja & López-López (2012), Blanco-Alfonso, Rodríguez-Fernández & Arce-García (2022), y Moret-Soler, Alfonso-Muñoz & Casero-Ripollés (2022), se tomaron decisiones para el proceso de organización del contenido de la red social X. En concreto, se orientó la comprensión de la polarización

y el conflicto intergrupal, es decir: el grupo categorial asociado al gobierno y el grupo categorial de los opositores, en confrontación política dentro de X.

Por otro lado, aunque 11 de los trabajos revisados emplearon metodologías cualitativas, la presente investigación sobre el evento de la toma de protesta se distingue por la incorporación de los datos visuales, la consulta de archivo hemerográfico digital, la consulta de macrodatos y otras técnicas que parten de los cinco principios básicos de la etnografía digital de Sarah Pink, que se muestran en el planteamiento metodológico de este documento (Pink, 2019).

Es importante señalar que, aunque solo dos investigaciones revisadas adoptan explícitamente un enfoque teórico sociocognitivo (Ramírez, 2020; Zúñiga, 2024), varios trabajos abordan la interacción de grupos, la polarización o los estereotipos desde otros enfoques. Esto permite ubicar la importancia teórica y disciplinar del presente estudio, como un aporte para y desde el paradigma sociocognitivo de la Psicología Social.

Finalmente, cabe destacar los aportes de González-Quijano (2011) y Palacio (2024), quienes integran de manera clara la dimensión histórica en sus trabajos, lo cual sirvió directamente para orientar la construcción de este eje temático en el presente estudio, el cual se ha mostrado en el primer segmento sobre la contextualización histórica del evento de la Toma de Protesta.

2.2.3 RESULTADOS Y CONCLUSIONES RELEVANTES

Todos los trabajos revisados contribuyen al conocimiento y avance científico de esta investigación, centrada en el estudio sobre las identidades y el conflicto intergrupal en un contexto político-digital. Igualmente, todos los trabajos confirman la pertinencia del enfoque sociocognitivo y el uso de la etnografía digital para el estudio del evento político de la toma de protesta.

No obstante, es importante destacar tres, que ayudan a ubicar adecuadamente el desarrollo del tema, el objetivo y la pregunta de investigación, debido a que sus contribuciones orientan directamente en la comprensión de los tópicos sobre la polarización, los estereotipos y el conflicto a través de las plataformas digitales.

El primero de estos trabajos es el estudio de licenciatura realizado por Ramírez, que analiza, a través de una etnografía digital, cómo operan los linchamientos en la plataforma X mediante el uso de *hashtags* y *bots*, dirigidos hacia identidades específicas, como mecanismos que buscan excluir a grupos e individuos específicos (Ramírez, 2020).

El segundo trabajo es el artículo doctoral de Estrada & Martínez, antes mencionado por su relevancia metodológica (Estrada & Martínez, 2023). En concreto, el estudio ha sido particularmente útil para orientar la construcción de los códigos para el procesamiento de los comentarios de las publicaciones de X con el programa MAXQDA, debido a que también examina la confrontación entre simpatizantes y opositores del gobierno durante un evento con dimensión política en México.

El tercer y último estudio de mayor relevancia, es la investigación basada en un análisis de 230,000 tweets (Mantilla & Velandia, 2023). La conclusión de este estudio muestra que la polarización y los discursos de odio están presentes en las redes sociales, pero también los comentarios y respuestas neutrales. Esto orientó mucho para comprender cómo las opiniones también actúan dentro de las plataformas digitales, en contraste con la polarización, la confrontación o el conflicto.

2.3 ESTUDIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Para este segmento se analizaron 12 trabajos publicados entre el 2014 y el 2024. Como excepción, se incluyeron los artículos de Tamayo (2007) y Rubio (2004), que salen del intervalo de años. La razón de su inclusión radica en que orientan mucho para la comprensión del tema de investigación, especialmente en lo relativo al método.

Ahora bien, este apartado tiene por objetivo ahondar en cómo se establece la comunicación a través de los medios digitales en contextos políticos, para profundizar en el conocimiento del método etnográfico digital. En consecuencia, la revisión también tuvo especial relevancia para la comprensión de la plataforma X, como medio de comunicación digital distinto a los *mass media*.

Las referencias bibliográficas de los siguientes documentos que se presentan a continuación se encuentran en el apartado de ANEXOS para su consulta.

2.3.1 REVISIÓN POR DISCIPLINA, GRADO Y DOCUMENTO

En el ámbito de la Ciencia Política, destacan tres trabajos relacionados con los medios de comunicación en un contexto político.

El primero corresponde a la tesis de Ocaña (2019), titulada “*Democracia digital, dos dimensiones: democracia y participación*”, realizada por la Universidad Autónoma Metropolitana. Este estudio documental reflexiona sobre las posibilidades del ejercicio democrático a través de las redes sociales, frente a su uso como medio de entretenimiento.

Antes bien, es una reflexión útil sobre el consumo del contenido digital que predomina en las redes sociales, por encima de la participación política.

El segundo trabajo corresponde a la investigación titulada *“La influencia que ejercen los medios de comunicación en la agenda política. Televisa como principal actor”*, donde se analiza el papel de los *mass media* en la configuración de la agenda política (Estrada, 2014). Aparte de explicar el funcionamiento de la manipulación mediática por televisión, aporta conceptos relevantes para comprender la influencia mediática, tales como la *agenda setting* o el *framing*.

El tercer trabajo en el área de la Ciencia Política es la tesis de licenciatura de Banda, titulada *“Política y medios de comunicación en la elección del 2012”* (Banda, 2013). El investigador profundiza en los efectos de la reforma electoral en México durante la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto, candidato del PRI, diseñada para la gestión de tiempos y espacios en los medios de comunicación tradicionales o *mass media*. La investigación evidencia un favorecimiento mediático hacia el candidato del PRI frente a los otros partidos, lo que resulta importante para entender la evolución de los medios de comunicación en el ámbito político mexicano.

Ahora bien, en el campo de las Ciencias Sociales, se revisó el artículo titulado *“Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional?”*, donde se investiga la posibilidad de interacción a través de las redes sociales durante campañas políticas en Argentina (Amado & Tarullo, 2015). Los autores concluyen que se tiende a replicar el modelo de comunicación unidireccional de la televisión. En contraste, la presente investigación busca mostrar cómo se establece la comunicación y participación política durante el evento de la Toma de Protesta, mediatizado en la red social X a través de publicaciones, comentarios, *likes*, *shares* o *tweets*, comprendidos como una forma de interacción digital.

Por otro lado, en el ámbito de las Humanidades, se revisó el trabajo de Daniela López (2023) que reflexiona sobre las transformaciones que han ocurrido en la esfera pública a causa de la evolución y el desarrollo mediático de la era digital. Aunque sólo trata cuestiones teóricas que parten de las ideas de Jürgen Habermas, el trabajo aporta ideas muy valiosas para la reflexión crítica sobre el tema de la participación política a través de las redes sociales.

Ahora bien, respecto a la participación política, se revisó la tesis *“Medios sociales y cultura política: análisis de expresiones de medios de comunicación y usuarios de Facebook en México en el 2015”* (Ordoñez, 2016). Este trabajo de Estudios Sociales

orienta a la presente investigación para ubicar adecuadamente el papel de las cajas de comentarios en las publicaciones de las redes sociales, como una forma de comunicación.

En el campo de estudios sobre la Comunicación y el Periodismo, se revisaron trabajos sobre la unidireccionalidad comunicativa en las plataformas digitales (García, 2023; Gunduzhan, 2021). Al igual que el enfoque de Amado & Tarullo (2015), ambas investigaciones concluyen que las redes sociales tienden a replicar características propias de los medios tradicionales o *mass media*. No obstante, estas investigaciones no emplean el método etnográfico digital para el estudio de un evento político mexicano.

Por otro lado, en el área de las Relaciones Públicas, Galperin (2022) analiza el impacto de los algoritmos y la *Big Data* para la segmentación de públicos en campañas digitales. El autor pone énfasis en la capacidad de la tecnología para configurar perfiles detallados basados en las preferencias e interacciones de cada persona dentro de las redes sociales. Aporta a la presente investigación porque evidencia el papel de los algoritmos para la gestión de información, la influencia y la manipulación mediante la personalización de cuentas en las redes sociales. Esto orienta en la comprensión de la plataforma X, lo cual es muy útil para el desarrollo de la etnografía digital.

En el ámbito de los Estudios Socioterritoriales, se revisó el trabajo estadístico titulado “*Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México*” (Gómez, 2020). En él, se destaca el papel de las redes sociales como herramienta comunicativa para alertar a la comunidad digital sobre prácticas de clientelismo durante periodos electorales. En este sentido, comparte evidencia valiosa para comprender cómo las redes sociales también facilitan el acceso a la información de manera crítica, lo cual les distingue de los medios de comunicación de masas.

Finalmente, aunque las publicaciones de Ángel Rubio (2004) y Sergio Tamayo (2007), salen del intervalo temporal de la revisión, resulta importante mencionarlas.

En el caso del trabajo de Rubio, tiene especial relevancia, debido a que clasifica la censura en internet como: 1) censura directa, como bloqueos de sitios web o monitoreo de usuarios y páginas; y 2) censura sutil, como contenido filtrado o legislación restrictiva a los usuarios (Rubio, 2004). Este tema resulta particularmente útil para la comprensión sobre la influencia mediática a través de las redes sociales.

En el caso del artículo de Tamayo intitulado “*Las plazas sí votan. Etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006*”, es muy valioso, debido a que realiza un trabajo etnográfico sobre seis eventos políticos en México, específicamente los cierres de campaña de candidatos a la presidencia (Tamayo, 2007).

En este sentido, el artículo orienta mucho el trabajo etnográfico sobre el evento político, pero se distingue por el contexto digital y el estudio de la plataforma X.

2.3.2 MARCOS TEÓRICOS Y MÉTODOS RELEVANTES

A modo de síntesis, de entre los 12 trabajos revisados, 3 emplearon un enfoque estadístico, 5 corresponden a estudios documentales sin intervención a campo, 1 realizó análisis cualitativo de contenidos de plataformas digitales, 1 utilizó una encuesta sin rigor estadístico, 1 empleó el método etnográfico, y 1 se desarrolló mediante etnografía virtual.

Cabe destacar que, entre los 3 trabajos elaborados por metodología estadística, sobresale la investigación titulada *“El modelo de comunicación política empleado por la jefa del gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, en Twitter durante el año 2021”* (García, 2023). Este estudio analizó 3,687 tweets generados en la plataforma X. Como resultado, proporciona un punto de orientación muy útil para la presente investigación, en la organización de los datos. Sin embargo, es importante aclarar que, a diferencia de aquel estudio, la presente investigación tiene por objetivo procesar los comentarios de las publicaciones generadas solamente durante el evento político de la toma de protesta, a través de la misma plataforma digital, con el propósito de articular los resultados con el trabajo etnográfico digital y, por tanto, con el tema de investigación.

Por otra parte, los 5 estudios documentales revisados aportan un enfoque crítico y reflexivo a la investigación. Aunque ninguno utiliza datos empíricos, cada uno contribuye a la comprensión de problemáticas relacionadas con los medios de comunicación en un contexto político, incluídas las redes sociales. De esta forma, conducen a la crítica sobre la manipulación mediática (Estrada, 2014), o a las reflexiones sobre el papel de las plataformas digitales en temas como democracia y participación política (Ocaña, 2019).

En cuanto al estudio desarrollado por análisis cualitativo de contenido digital (Ordoñez, 2016), orienta mucho para la comprensión de la observación participante. Cabe señalar que, aunque la cantidad de información generada dentro de cada red social es inmensa, y supera las posibilidades de análisis para esta investigación, el estudio de Ordoñez orienta mucho para delimitar y seleccionar adecuadamente los datos de X.

Finalmente, en relación con el trabajo etnográfico virtual (Amado & Tarullo, 2015), resulta pertinente actualizar la crítica hecha a esa metodología desde la etnografía digital. Si bien, originalmente fue desarrollada por Christine Hine (2004) durante la primera década del siglo XXI, el método etnográfico virtual se ha abandonado para adoptar un enfoque digital. Esto implica, concretamente, partir de la heterodoxia, la

multiplicidad, la apertura, la reflexividad, el rechazo al digital-centrismo y la inclusión de macrodatos generados en bases de información disponibles en sitios web (Pink, 2019; Rogers, 2023). Asimismo, esto implica que la concepción de lo digital se comprenda como un componente que forma parte de los procesos sociales y culturales.

En este sentido, la presente investigación también establece una crítica al enfoque etnográfico virtual, y se posiciona metodológicamente desde la etnografía digital.

2.3.3 RESULTADOS Y CONCLUSIONES RELEVANTES

Todos los estudios revisados aportan perspectivas importantes para el conocimiento de los medios de comunicación en contextos políticos y su relación con las redes sociales. Asimismo, todos aportan a la comprensión del método etnográfico digital. No obstante, destacan tres trabajos que ubican adecuadamente el desarrollo del tema.

El primero es el trabajo de García, que analiza el modelo de comunicación digital de Sheinbaum Pardo en la plataforma X durante el año 2021 (García, 2023). Concluye que predomina un enfoque unidireccional en la interacción entre políticos y ciudadanos, lo cual problematiza las posturas que definen la comunicación de las redes sociales como bidireccional. Esto es relevante porque da un punto de comparación y contraste, para comprender las distintas formas como se establece la participación política en la era digital, lo cual responde directamente a la heterodoxia comunicativa que es fundamental en la etnografía digital.

El segundo es el artículo de Sergio Tamayo (2007), que presenta una etnografía de seis eventos políticos distintos. Este trabajo orienta mucho para la forma de interpretar los datos del análisis. Asimismo, pese a que no es un trabajo etnográfico digital, da mucho panorama sobre las posibilidades de redacción con un matiz etnográfico.

Por último, destaca el trabajo de Luciano M. Galperin sobre el uso de algoritmos y la *Big Data* para la segmentación de públicos, que aborda la personalización de contenido y su influencia en la polarización de las redes sociales (Galperin, 2022). Junto con las aportaciones de Gabriela Sued, este informe contribuye mucho a la presente investigación para la comprensión y conocimiento del tema sobre el sesgo y la opacidad de los algoritmos (Sued, 2022). Si bien, no resuelve el tema de la opacidad del funcionamiento, sí permite comprender cómo generan efectos de atomización de contenido o la configuración de burbujas informativas.

Cabe destacar que, como respuesta al sesgo algorítmico, la presente investigación sobre el evento de la Toma de Protesta, emplea el análisis de macrodatos tomados de

bases informáticas de sitios web, monitoreo de tendencias y contacto directo con participantes del evento político, para una adecuada recolección y observación del contenido de X.

En síntesis, los tres documentos son una referencia valiosa para comprender el establecimiento de la comunicación digital en contextos políticos, y también ubicar adecuadamente el tema de investigación, especialmente en lo que toca al método.

2.4 SÍNTESIS Y RESULTADOS DE TODA LA REVISIÓN

A modo de síntesis, puede señalarse que se ha presentado la revisión de un total de 29 documentos publicados en los últimos diez años, organizados en dos grandes ejes temáticos: 1) conflictos, estereotipos y polarización, que responde al enfoque teórico; y 2) medios de comunicación y política, que orienta al conocimiento del método.

En resumen, la clasificación metodológica de todos los trabajos revisados fue la siguiente: 9 adoptan un enfoque estadístico; 5 son cualitativos con aplicación de encuestas sin rigor estadístico; 8 corresponden a estudios documentales sin trabajo de campo; 3 emplean la etnografía digital; 2 realizaron recolección y análisis cualitativo de contenidos en plataformas digitales; 1 se desarrolló mediante el método etnográfico clásico; y 1 se desarrolló a partir de la etnografía virtual.

Es importante destacar que, aunque no todos los trabajos revisados emplean el método etnográfico digital, cada uno ha contribuido a orientar la investigación en relación con la pregunta y el objetivo general de la misma, especialmente en lo referente a la identidad grupal y el conflicto a través de redes sociales durante un evento político.

También es importante destacar que, en toda la revisión, sólo se identificaron dos estudios provenientes del campo de la Psicología y uno específicamente de la Psicología Social. Asimismo, únicamente dos trabajos adoptaron un enfoque sociocognitivo. El resto de los estudios revisados provienen de otras disciplinas como la antropología, la ciencia política, la comunicación, la sociología o el periodismo, cuyos enfoques teóricos difieren del adoptado para esta investigación.

Finalmente, cabe señalar que algunos trabajos no presentaron un marco teórico bien definido, sino que se desarrollaron sólo a partir de un planteamiento metodológico. Sin embargo, son relevantes para la presente investigación, debido a que abordan temas directamente relacionados con el planteamiento del problema, la pregunta de investigación o el objetivo general del presente estudio sobre las identidades y el conflicto intergrupal durante un evento político de la era digital.

2.5 CONSIDERACIONES FINALES SOBRE TODO EL ESTADO DEL ARTE

Toda la literatura ha mostrado avances significativos en el estudio de la polarización, la confrontación, los estereotipos y la comunicación en contexto político a través de las redes sociales. En el apartado ANEXOS se incluye un cuadro por cada segmento revisado para el estado del arte. También, en la bibliografía del presente documento se incluyen las referencias de cada uno de los 29 trabajos revisados.

Cabe señalar que no se identificó ningún estudio que aborde específicamente la celebración de la Toma de Protesta, como evento político mediatizado a través de plataformas digitales. Este vacío epistémico confirma la pertinencia del presente trabajo y, en consecuencia, muestra su relevancia dentro del campo de estudio.

Asimismo, a pesar de la diversidad disciplinar de los trabajos revisados, la mayoría de ellos aborda temas de comunicación política o de polarización en redes sociales desde campos ajenos a la Psicología Social.

Por lo tanto, el análisis del evento político de la toma de protesta de Claudia Sheinbaum, desde un enfoque etnográfico digital y sociocognitivo, busca prestar atención a estos vacíos epistémicos, con el propósito de contribuir al desarrollo del conocimiento en las ciencias sociales, particularmente en el campo de la Psicología Social.

En resumen, la revisión de la literatura no sólo ha permitido ubicar adecuadamente el estudio, y confirmar la relevancia del planteamiento del problema, sino que también ha orientado en la comprensión adecuada del método y el enfoque teórico sociocognitivo.

3. CONSTRUCCIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL

En este segmento, se presentan las bases teórico-conceptuales para la interpretación del evento político estudiado, es decir, los puntos de saturación que orientan la producción y comprensión de los datos de la Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo.

Antes bien, los conceptos y nociones que se presentan a continuación, tienen el propósito de orientar la interpretación y comprensión de los datos cualitativos producidos en campo, para alcanzar el objetivo general y los tres objetivos específicos del planteamiento del problema. Estos son: 1) comprender las identidades grupales y el conflicto establecido en la red X, durante el evento de la Toma de Protesta; 1.2) identificar los grupos en la dimensión material y digital del evento; 1.2) identificar el favorecimiento endogrupal e identidades grupales, en función de los datos del evento; y 1.3) comprender la hostilidad exogrupal establecida en X durante el evento, presente en los comentarios de la plataforma en forma de estereotipos, prejuicios, discriminación y/o agresiones.

3.1 CONCEPTOS DEL PARADIGMA SOCIOCOGNITIVO

En lo que sigue, se definen los conceptos del paradigma sociocognitivo que guían la comprensión de la Toma de Protesta: los grupos en el evento, la identidad grupal, el favorecimiento endogrupal, el conflicto intergrupar, la hostilidad exogrupal, el estereotipo, el prejuicio, la discriminación, la agresión y la influencia mediática en X.

3.1.1 PROCESOS COGNITIVOS: CATEGORIZACIÓN Y ATRIBUCIÓN

“CONOCER. Del lat. cognōscere (lat. vg. CONOSCERE), derivado de NOSCERE id. Conocimiento, Cognoscible. Desconocer; desconocimiento; desconocido. Reconocer; reconocimiento. Cognoscitivo. Incógnito del lat. incognitus id., negativo de cognitus, participio pasivo de cognoscere.”
Joan Corominas (1987)

Ubicar los procesos cognitivos como facultades psíquicas, otorga el carácter psicosocial a este trabajo. Por esta razón, es indispensable su esclarecimiento conceptual.

En primer lugar, es útil partir de la etimología de la palabra ‘conocer’, que está vinculada estrechamente al término *cognoscere*, del cual deriva ‘cognición’ y ‘cognoscitivo’, que dan nombre al paradigma que se emplea para este estudio. En este sentido, la teoría puede entenderse como una explicación sobre la capacidad psíquica para adquirir y organizar conocimientos de y para la interacción social.

Acorde con lo anterior, el paradigma teórico busca comprender el conocimiento social del individuo, el cual se forma a partir de su percepción e impresiones, mediadas por procesos cognitivos como la categorización o la atribución social. En consecuencia, funciones cognitivas como la diferenciación categorial, se entienden como mecanismos cognitivos que permiten distinguir, organizar, procesar, interpretar y conocer el entorno físico y social de cada individuo, para su adaptación y supervivencia social (Doise, 1982). No obstante, surge la pregunta ¿qué es la *diferenciación categorial* o la *atribución social*?

Siguiendo a Willem Doise, la *diferenciación categorial* es la capacidad psíquica para *diferenciar* y *homogeneizar* conjuntos de cosas percibidas, y puede ser entendida como mecanismo psíquico de organización perceptual que asegura la supervivencia de cada ser humano (Doise, 1982). Ha sido estudiada por diversos autores como Holzkamp, Bruner y teóricos de la Gestalt, pero su formulación original es atribuida a Henri Tajfel.

Este último autor propuso seis enunciados que explican cómo, valores o categorías asignadas a estímulos, influyen en su percepción (Doise, 1982). En otras palabras, las proposiciones explican cómo la aplicación de etiquetas o categorías a conjuntos de estímulos, influyen en su percepción y organización psíquica.

En concreto, las seis proposiciones son: 1) la percepción de cambios físicos está influida por valores que les asignamos; 2) si en un conjunto de estímulos hay cambios de valor pero no de características físicas, los cambios de valor no influyen en los juicios sobre las relaciones de tamaño; 3) cuando se clasifica un conjunto de estímulos por un valor o categoría distinta a la inicial, la percepción de las características físicas cambiará de acuerdo con la nueva categoría; 4) al clasificarse un conjunto de estímulos a partir de una característica distinta al tamaño, la clasificación no influirá en la percepción y los juicios sobre el tamaño; 5) al clasificar los estímulos en dos conjuntos, si algún conjunto tiene un valor emocional para el perceptor, percibirá las diferencias físicas de manera distorsionada, más exagerada que en el tercer caso; y 6) aunque los estímulos sean clasificados en dos o más conjuntos con una característica emocional significativa, la clasificación no influirá en el juicio del individuo si la característica emocional no guarda relación con los cambios físicos observables (Doise, 1982; 43-44).

Estas proposiciones permiten entender el proceso cognitivo que va desde la percepción hasta la clasificación y organización de cosas o estímulos en conjuntos, a través de categorías y etiquetas. Luego de esto, en 1963, se añadió un enunciado más, que explica cómo la clasificación por categorías y etiquetas acentúa las similitudes dentro de cada categoría (intra-clasificación), y también exagera las diferencias entre ellas (inter-

clasificación), siempre y cuando exista relación sistemática entre la categoría/etiqueta y el estímulo (Doise, 1982).

En síntesis, cada proposición probada experimentalmente, ha permitido llegar a una conclusión clara y distinta: *“las diferencias resaltan cuando existe correspondencia entre la **pertenencia categorial** y la **característica física** que debe ser juzgada; pero no si la correspondencia no existe”* (Doise, 1982; 148-149).

A partir de esta conclusión, Henri Tajfel extendió su tesis hasta el ámbito social (Doise, 1982). Por lo anterior, formuló otras seis proposiciones, para definir el mecanismo de la diferenciación categorial, pero ahora aplicado a grupos e individuos.

En síntesis, las seis proposiciones son: 1) la categorización social funciona de manera análoga a la categorización de estímulos físicos, pero sus diferencias están en interdependencia; 2) la categorización social influye en la conducta y las evaluaciones que un individuo hace de los demás; 3) se desarrolla en el ámbito **comportamental, evaluativo y representacional**, y estos tres guardan relación entre sí; 4) cuando surge una diferencia en alguno de los tres ámbitos referidos, se producen cambios en los otros dos; 5) el ámbito comportamental tiene más influencia que los otros dos; y 6) la diferenciación categorial une lo individual con lo social a través de las representaciones y evaluaciones que un individuo hace de los grupos (Doise, 1982; 170-171).

Especialmente, a partir del sexto enunciado, se establece una correspondencia entre la *diferenciación categorial* (DC) y el *paradigma del grupo mínimo* (PGM). Este último postula que *“la categorización entre dos grupos [su diferenciación], es la condición mínima a partir de la cual se produce una discriminación intergrupar”* (Echebarria, 1991; 284). En otras palabras, la categorización social de al menos dos grupos junto con su distinción, corresponde al paradigma del grupo mínimo. Como resultado, el proceso de categorización social a partir de etiquetas asignadas a grupos e individuos, y la capacidad de diferenciación entre al menos dos grupos, constituyen una base teórica clara para comprender las relaciones intergrupales en clave sociocognitiva.

Más aún, puede concluirse que la función cognitiva de la *diferenciación categorial* permite hacer una serie de distinciones al individuo, a partir del *paradigma del grupo mínimo*, al diferenciar un ‘nosotros’ de un ‘ellos’, que a su vez implica un favorecimiento endogrupal y un desfavorecimiento exogrupal. En este caso, el individuo piensa: *“si consigo convencerme de que mi grupo es el mejor, entonces yo soy uno de los mejores, y una forma de conseguirlo consiste justamente en rebajar los méritos de los demás grupos”* (Ovejero, 2007; 273).

Ahora bien, siguiendo a Vigotsky, este proceso de clasificación y organización tiene que desarrollarse mediante el uso del lenguaje, ya que la asignación de categorías y etiquetas a grupos e individuos ocurre con el empleo simbólico que se usa para el marcaje y la clasificación de grupos que, usualmente, corresponden a estereotipos (Baquero, 2001). Por lo tanto, la categorización social puede definirse como una función psíquica en la que interviene tanto la conciencia como el lenguaje, lo cual posibilita la clasificación y organización de las identidades grupales e individuales.

Por su parte, otro proceso cognitivo central en las relaciones intergrupales, es la *atribución social* que inicialmente fue formulada por Fritz Heider en 1958 y luego ampliada por otros autores (Hogg & Vaughan, 2008). No obstante, para propósitos de esta investigación, sólo se presenta la síntesis de la primera formulación original.

Denominada “*Modelo de la Psicología Ingenua*”, esta tesis sostiene que las personas actuamos como «psicólogos intuitivos» para conocer y comprender nuestra realidad social, empleando el sentido común para explicar nuestra propia conducta y la de los demás (Hogg & Vaughan, 2008). De este modo, las *atribuciones* se forman por la necesidad de conocer y organizar cognitivamente el entorno social, a partir de explicaciones causales (Ovejero, 2007). En consecuencia, la atribución social implica evaluar y dar explicaciones causales sobre el comportamiento propio o de los demás.

De acuerdo con Heider, este proceso cognitivo se basa en tres principios: 1) las personas buscamos entender las causas del comportamiento de los demás para conocer sus motivaciones; 2) las personas hacemos teorías causales con el fin de predecir y controlar nuestro entorno social, por lo que buscamos identificar características estables y recurrentes en los individuos; y 3) al atribuir una causa al comportamiento o personalidad de alguien más, lo hacemos por explicaciones causales de tipo *disposicional* o *situacional* (Hogg & Vaughan, 2008; 80-81).

En cuanto al primer tipo de explicación causal, la *disposicional*, se refiere a las descripciones de características personales y se conoce como ‘atribución interna’. Es decir, es un tipo de explicación que se hace a partir de causas que subyacen al individuo. En contraste, la *situacional* se conoce como ‘atribución externa’ y es una explicación que se hace a partir de causas externas al individuo. Un ejemplo de explicación disposicional es “*seguro llegó tarde a la junta porque es flojo*”; en contraste con la explicación situacional de “*seguro llegó tarde a la junta porque el autobús iba muy lento*”.

Ahora bien, es importante señalar que el proceso cognitivo de atribución social por explicación causal, puede formar *sesgos cognitivos* o falsas explicaciones, tal como en el caso del prejuicio.

Así pues, existen diversos tipos de sesgos. Entre los que pueden mencionarse, están: el sesgo de correspondencia, sesgo esencialista, sesgo de resultados, efecto del observador o el sesgo del falso consenso (Hogg & Vaughan, 2008). Esto tiene importancia, en tanto que las atribuciones hacia un individuo o grupo, pueden formarse de manera equivocada. En este tipo de situación, se implica una distorsión de la realidad social, tal como sucede con los prejuicios, que contribuyen a la hostilidad exogrupal a partir de evaluaciones y actitudes negativas hacia el exogrupo.

También, diversos autores han estudiado este proceso de *atribución social* pero sólo a nivel grupal (Hogg & Vaughan, 2008). En tal caso, la atribución se establece como explicación causal, actitud y evaluación, donde se atribuye al individuo una característica por su exclusión o pertenencia a algún grupo específico. Cabe destacar que esto interviene directamente en la formación del prejuicio, a diferencia de la categorización que participa en la formación de estereotipos. En esto recae su diferencia.

Finalmente, es importante señalar que el proceso de categorización social, el paradigma del grupo mínimo y el proceso de atribución social, figuran como procesos cognitivos centrales para la comprensión de las identidades y el conflicto intergrupar durante el evento político estudiado en clave psicosocial.

3.1.2 ESTEREOTIPO, PREJUICIO, DISCRIMINACIÓN Y AGRESIÓN

A partir del proceso de categorización y atribución social, el conflicto intergrupar puede entenderse como resultado de procesos cognitivos e interacciones sociales caracterizadas por la diferenciación entre grupos e identidades, frecuentemente en confrontación. Esto implica un favorecimiento endogrupal y un desfavorecimiento exogrupal, que es visible en forma de *estereotipos, prejuicios, discriminación y/o agresiones*, en contextos de conflicto intergrupar. Por lo anterior, se presenta una noción general de cada una.

Respecto al ‘estereotipo’, el término fue introducido por el periodista Walter Lippmann y desde entonces ha sido objeto de investigación. El concepto es definido como “*conjunto de creencias acerca de atributos personales que tienen los miembros de los grupos sociales*” (Morales & Moya, 1996; 166). No se trata de una única creencia, sino de todo un conjunto organizado de creencias, sintetizadas en etiquetas o categorías, que funciona como un sistema de conocimiento o cogniciones sobre un grupo específico.

Morales y Moya destacan su origen etimológico griego: στερεο (*stereo*) y τύπος (*tipos*) (Morales & Moya, 1996). Su traducción al español equivale a “huella rígida” o “señal sólida”, y pueden definirse como *categorías* o *etiquetas* generalizadas, asignada a un grupo o a un individuo que sea miembro de alguno.

Ahora bien, como cognición psicosocial, el estereotipo puede compartirse entre los integrantes de un mismo grupo (creencias endogrupales), o por individuos de distintos grupos (creencias intergrupales). En cualquier caso, el proceso cognitivo de categorización antes explicado y el paradigma del grupo mínimo, juegan un papel fundamental para su formación (Morales & Moya, 2007). Así, la asignación de categorías o etiquetas como marcaje sobre una identidad grupal para diferenciar a un grupo específico, contribuyen a establecer un orden social en un contexto determinado.

Cabe destacar que los estereotipos han sido estudiados desde la *atribución social*, como explicaciones causales que buscan dar razón a por qué una persona o los miembros de un grupo poseen ciertas características o son asociados a una etiqueta específica. En este sentido, cuando un desfavorecimiento exogrupal forma un estereotipo negativo, se asigna una categoría o etiqueta a un exogrupo específico o a alguno de sus miembros. Por ejemplo, en el nivel individual: “*es flojo porque es mexicano*”, ***flojo*** es la etiqueta y estereotipo asignado al individuo, y ***mexicano*** el grupo categorial. En cambio, a nivel grupal: “*son flojos porque son mexicanos*”, ***flojos*** es la categoría asignada a todo el grupo. A este proceso de asignación de categorías y etiquetas se le denomina *estereotipia*.

Hasta aquí, ha quedado claro que la base para la construcción de estereotipos es el *paradigma del grupo mínimo* y las funciones cognitivas de la *diferenciación categorial* y la *atribución social*, porque establecen una percepción diferenciada de los grupos a través de categorías o etiquetas (Morales & Moya, 1996).

Algunas de las funciones de estas etiquetas o categorías son: 1) actuar como mecanismos cognitivos para organizar, ordenar y dar sentido a la realidad social; 2) su uso para defenderse de conflictos internos derivados de las relaciones sociales; y 3) para justificar la hostilidad hacia un exogrupo en contexto de conflicto (Morales & Moya, 1996). Por tanto, queda claro que los estereotipos forman parte de las normas sociales de interacción, y su validez depende de la experiencia individual y del consenso social.

De esta forma, la capacidad de adaptación cognitiva de los estereotipos en distintos contextos se da a través de las habilidades de *accesibilidad* y *ajuste* (Morales & Moya, 1996). La *accesibilidad* como la posibilidad de uso de alguna categoría o etiqueta hacia un grupo, en un contexto específico; y el *ajuste* como el grado de correspondencia

entre la etiqueta o categoría asignada y el grupo al que se le asigna, el cual puede ser por percepción individual (*comparativo*) o por la influencia de valores sociales (*normativo*).

En síntesis, el estereotipo se ubica en el nivel cognitivo y cumple tres funciones: 1) como explicación de causalidad o atribución social; 2) para justificar un desfavorecimiento u hostilidad exogrupal; o 3) para formar identidad positiva y favorecimiento endogrupal (Morales & Moya, 1996; 174).

Por su parte, respecto al ‘prejuicio’, varios autores lo explican desde su relación con el estereotipo. Katz y Braly, por ejemplo, consideran que es una reacción emocional negativa que ya está dentro del estereotipo, por lo que son “*creencias compartidas que desvalorizan a un exogrupo*” (Morales & Moya, 1996; 193). Por su parte, G. Allport lo define como “*pensar mal sobre otros sin justificación*” (Morales & Moya, 1996; 194). También, para este autor, son evaluaciones actitudinales basadas en estereotipos.

Hogg y Vaughan presentan la etimología del prejuicio, compuesta por las palabras latinas ‘*prue*’ y ‘*judicium*’, que se traducen como “juicio previo” (Hogg & Vaughan, 2008). Tal enjuiciamiento anticipado consta de tres componentes: 1) el cognitivo, desde donde se establece la actitud y la evaluación prejuiciosa hacia un grupo o individuo; 2) el afectivo o emocional, como carga de sentimientos normalmente negativos hacia un exogrupo o individuo; y 3) el actitudinal, que refiere a las intenciones y disposiciones previas al ámbito comportamental.

También el prejuicio se define como “*actitud (usualmente negativa) hacia los miembros de algún grupo, que se basa exclusivamente en la pertenencia a dicho grupo*” (Baron & Byrne, 2005; 217). Es decir, a través del proceso de atribución social, se forma una actitud desfavorable u hostil hacia un grupo o alguno de sus miembros. En síntesis, el prejuicio tiene un carácter evaluativo y actitudinal.

Ahora bien, como actitud, el prejuicio se entiende como *circuito cognitivo cerrado* que se acentúa con el tiempo e implica una carga emocional (Hogg & Vaughan, 2008).

Le acompañan el rechazo o el distanciamiento social que se da en la presencia, o como desagrado en el pensamiento (Baron & Byrne, 2005). Cabe preguntar ¿qué es una *actitud*?

Psicólogos sociales como Fazio, Roskos y Ewoldon, definen las actitudes como “*reacciones casi automáticas hacia el mundo*”, es decir, evaluaciones y disposiciones que se tienen hacia los otros de manera inmediata (Baron & Byrne, 2005; 130). Operan como *esquemas* y *circuitos cognitivos* que moldean la percepción y la interpretación de la información social en términos positivos o negativos, por lo que influyen en las percepciones y los pensamientos sobre los otros individuos, grupos, ideas, objetos, temas

o cualquier otro aspecto de la realidad social (Baron & Byrne, 2005). Aunque suelen reflejarse en el comportamiento, pertenecen específicamente al ámbito evaluativo-actitudinal.

Aclarado esto, puede terminarse de definirse al prejuicio como actitud, es decir, como conjunto de creencias y “*círculo de cogniciones preconcebidas*” que implican actitudes y evaluaciones, normalmente negativas, hacia grupos e individuos (Baron & Byrne, 2005; 218). En consecuencia, el prejuicio se establece como distanciamiento social exogrupal, tal como el racismo o el clasismo, aunque puede encontrarse como rechazo u oposición hacia cualquier grupo o individuo.

Por su parte, al respecto de la ‘discriminación’, se define en relación estrecha con el prejuicio, pero establecida en el nivel comportamental. Es decir, se explica desde el comportamiento negativo contra grupos e individuos afectados por el prejuicio (Baron & Byrne, 2005). En concreto, la discriminación se establece como el paso que va del ámbito evaluativo-actitudinal del prejuicio, a la acción en el nivel comportamental. También puede entenderse como estrategia negativa dirigida al comportamiento de un exogrupo o un individuo, y no se limita a la agresión física, sino que incluye acciones directas o indirectas contra grupos o individuos específicos, tal como la segregación.

Varios psicólogos sociales insisten en delimitar las diferencias entre el estereotipo, el prejuicio y la discriminación. Por ejemplo, Morales y Moya consideran que el estereotipo está en el nivel cognitivo, el prejuicio en el nivel actitudinal-evaluativo y la discriminación en el comportamental (Morales & Moya 2007). También, Baron y Byrne entienden al estereotipo como fuente cognitiva del prejuicio, y a la discriminación como la consecuencia del prejuicio en el ámbito comportamental (Baron & Byrne, 2005).

Por último, la ‘agresión’ se define como cualquier acto o acción cuyo propósito es causar daño de manera intencional a otro ser vivo que busca evitarlo (Baron & Byrne, 2005). Por lo anterior, en ocasiones tiene relación con la discriminación. En este sentido, incluye una diversidad de acciones y comportamientos negativos contra grupos e individuos, y se clasifica como *afectiva* e *instrumental* (Morales & Moya, 2007).

La *agresión afectiva* tiene la finalidad específica de hacer daño y es motivada principalmente por emociones negativas; mientras que la *instrumental* busca una ventaja o meta a través del daño (Morales & Moya, 2007; 416). Puede tener varias causas. Una de ellas es la frustración. No obstante, el “*Modelo Afectivo General de la Agresión*” plantea que factores como el aprendizaje, variables situacionales, cogniciones o diferencias individuales, intervienen en su surgimiento (Baron & Byrne, 2005).

Cabe aclarar que la agresión no se limita a la violencia física, sino que abarca también la violencia verbal en forma de ofensas o bullying, provocaciones o insultos dirigidos a un grupo o individuo: “*la violencia puede producirse por conductas físicas o verbales que tienen la intención de herir a alguien*” (Morales & Moya, 2007; 442).

En síntesis, *estereotipo, prejuicio, discriminación y agresión*, son unidades analíticas bien definidas en contextos de conflicto intergrupar.

3.1.3 DEFINICIÓN DE GRUPO

“GRUPO. Pluralidad de seres o cosas que forman un conjunto. Del italiano «gruppo» del S. XV, íd. a ‘grupo escultórico’, antiguamente ‘nudo’, ‘bulto’, y éste probablemente del gótico «KROPPE», ‘objeto abultado’, compuesto por el alemán «kropf», ‘buche’, ‘bocio’, del anglosajón «cropp» ‘buche’, ‘espiga, racimo’, del escandinavo antiguo «kropp», ‘cuerpo’.”
Joan Corominas (1987)

Para desarrollar una interpretación de **grupos**, el paradigma del grupo mínimo es un buen punto de inicio. Sin embargo, también es fundamental dialogar con distintos autores, para precisar la noción. Este ejercicio permite construir conceptos claros que orientan la perspectiva de la construcción teórica para el análisis del muestreo cualitativo. También, muestra la diversidad de grupos, así como su relación con el proceso de categorización.

Así pues, un buen punto de partida es la propuesta de Didier Anzieu, que parte de un análisis etimológico (Anzieu & Martyn, 1971). Este autor define al grupo como *nudo, conjunto, masa redondeada o círculo*. De estas metáforas, destacan particularmente dos (nudo y círculo), por su capacidad para representar la cohesión, la relación y la reunión.

La primera metáfora alude al ‘nudo’ como forma de cohesión y relación social, mientras que el ‘círculo’ responde a la idea de reunión social. Así, el término ‘grupo’ se entiende como «personas anudadas» o «cohesionadas», pero como «personas reunidas».

Desde la perspectiva de Anzieu, también se pueden definir aspectos concretos tales como: a) en un grupo, el individuo se encuentra psíquicamente descentrado de sí mismo, lo que implica un abandono de sí mismo en favor del grupo, en contraste con enfoques centrados en el ego; b) el grupo integra al individuo y le proporciona existencia y subsistencia social; c) en consecuencia, el grupo ocupa un lugar intermedio entre la sociedad y el individuo; d) también implica la formación de relaciones entre sus miembros; y, e) puede estar compuesto desde dos personas reunidas, relacionadas y/o cohesionadas (Anzieu & Martyn, 1971; 11-16).

Con base en estas características, Anzieu proponen cinco tipos de grupo:

Tipo de Grupo	Estructura y cohesión	Duración	Cantidad de miembros	Relaciones entre individuos	Establecimiento de creencias y normas	Conciencia de las metas	Acciones Comunes
1) Masa o Muchedumbre	<i>Muy débil</i>	<i>De algunos minutos a algunos días</i>	<i>Grande o muy grande</i>	<i>Contagio de las emociones</i>	<i>Irrupción de creencias latentes</i>	<i>Escasa</i>	<i>Apatía o acciones paroxísticas, de agitación</i>
2) Banda	<i>Débil</i>	<i>De algunas horas a algunos meses</i>	<i>Pequeña</i>	<i>Búsqueda del semejante</i>	<i>Refuerzo</i>	<i>Mediana</i>	<i>Esponáneas pero poco importantes para el grupo</i>
3) Agrupamiento	<i>Mediana</i>	<i>De varias semanas a varios meses</i>	<i>Pequeña, media o grande</i>	<i>Relaciones humanas superficiales</i>	<i>Mantenimiento</i>	<i>Escasa a mediana</i>	<i>Resistencia pasiva o acciones limitadas</i>
4) Grupo primario o pequeño	<i>Elevada</i>	<i>De tres días a diez años</i>	<i>Pequeña</i>	<i>Relaciones humanas ricas</i>	<i>Cambio</i>	<i>Elevada</i>	<i>Importantes, espontáneas; incluso innovadoras</i>
5) Grupo secundario u organización	<i>Muy elevada</i>	<i>De varios meses a varios decenios</i>	<i>Media o grande</i>	<i>Relaciones funcionales</i>	<i>Inducción por presiones</i>	<i>Escasa a elevada</i>	<i>Importantes, habituales y planificadas</i>

CUADRO 3. CLASIFICACIÓN DE GRUPOS HUMANOS (Anzieu & Martyn, 1971; 26).

Ahora bien, Hogg y Vaughan definen al grupo como un conjunto que puede ir desde dos personas hasta conglomerados muy amplios como una nación entera, siempre y cuando los miembros “*compartan una definición y evaluación común entre ellos mismos, y se comporten de acuerdo con la definición*” (Hogg & Vaughan, 2008; 268).

En su propuesta, estos últimos autores distinguen entre «grupo interaccional» basado en la vinculación, y «grupo categorial» basado en la similitud (Hogg & Vaughan, 2008). En ambos casos se comparten cualidades por distinción de *entitatividad*, es decir, por una o más características definidas y coherentes que delimitan la entidad del grupo.

No obstante, para diferenciar al grupo de una simple “colección” de individuos por un rasgo superficial (ej. “ojos verdes”), se proponen siete descripciones: 1) unidad de dos o más individuos que se perciben como pertenecientes; 2) conjunto interdependiente de personas; 3) conjunto formado para alcanzar un objetivo o meta en común; 4) colectivo estructurado por normas y roles; 5) agrupación que satisface necesidades a través de la asociación; 6) conjunto de individuos que interactúan entre sí; y 7) conjunto de individuos que se influyen mutuamente (Hogg & Vaughan, 2008; 169).

Otra perspectiva es la de Ovejero, que también concibe al grupo como espacio intermedio entre lo social y lo individual (Ovejero, 2007). De acuerdo con este autor, el grupo se opone a los enfoques psicologistas que fragmentan y atomizan al individuo. En contraste, se considera que el acceso de cada individuo a la sociedad está mediado forzosamente por grupos, los cuales posibilitan el aprendizaje cultural y la socialización.

Además, todo grupo persiste por determinado periodo de tiempo, desarrolla una estructura interna, aunque sea rudimentaria, y sus miembros comparten objetivos y creencias comunes (Ovejero, 2007).

Finalmente, otra autora que define al grupo es Concepción Fernández, que explica la distinción entre grupo categorial e interaccional (Fernández, 2003). Esta autora asevera que, en el caso del grupo interaccional, se habla de miembros que comparten una interdependencia y tienen contacto cara a cara. En contraste, el grupo categorial se define por la categoría o etiqueta que da identidad social al grupo, y otorga sentido de pertenencia a los miembros que dependen de dicha categoría.

3.1.4 IDENTIDAD SOCIAL Y ESTRUCTURA DEL GRUPO

Para comprender la identidad social y estructura grupal, se requiere preguntar el “porqué” y el “cómo” de la existencia del grupo (Ovejero, 2007).

En la tradición sociocognitiva, diversos autores han señalado que la estructuración grupal entre los miembros se establece desde la interacción social mediante factores biológicos como las percepciones o las motivaciones, así como factores socioculturales como las normas y valores endogrupales (Morales & Moya, 1996).

Al respecto de los factores biológicos como las motivaciones, integran elementos perceptuales y cognitivos, que dan lugar al mecanismo cognitivo de la *categorización*, el cual ha sido explicado al inicio de esta construcción teórica.

Ahora bien, tal proceso de categorización organiza las impresiones perceptuales del individuo, a través de categorías mediante las cuales ordena su realidad social (Morales & Moya, 1996). De acuerdo con Fiske, estas impresiones perceptuales de los otros están condicionadas por tres motivaciones: 1) conocer al otro y su comportamiento; 2) decidir aproximarse o distanciarse de los demás en función del conocimiento de los valores sociales establecidos; y 3) comprender las reglas y normas que regulan la interacción social en un espacio grupal (Morales & Moya, 1996; 72-73).

Por lo tanto, la percepción del otro es organizada a través de mecanismos que categorizan, clasifican y organizan las impresiones dentro de un orden cognitivo

individual (Morales & Moya, 1996). Así, no solo se establece una organización y procesamiento cognitivo en el individuo, sino la integración de él a un orden social establecido en las interacciones cotidianas.

No obstante, surge la pregunta: ¿qué sucede con grupos muy grandes, como las masas o los grupos categoriales, donde la interacción es mínima o nula?

De acuerdo con la clasificación mostrada en el Cuadro 3, la estructura de una masa se caracteriza por un gran número de miembros, entre los que predomina el contagio emocional, las acciones paroxísticas y una conciencia simplificada de las metas. También, la interacción entre los miembros es mínima o nula, por lo que su integración es muy corta. Por lo anterior, los líderes y metas desempeñan un papel importante.

Por su parte, en el caso de los grupos categoriales, la estructura y cohesión se establece a partir de la identidad grupal (nosotros/as), que se distingue del exogrupo (ellos/as). No implica necesariamente la interacción cara a cara, sino que se define por las categorías identitarias que establecen la distinción entre un ‘nosotros’ y un ‘ellos’, a través de los procesos cognitivos de categorización y atribución social.

Ahora bien, en cualquiera de estos grupos, la *cohesión* se entiende como un “*campo de fuerza sostenido por la atracción y la mediación de objetivos*” o metas (Hogg & Vaughan, 2008; 285). De este modo, la cohesión que integra al grupo se establece por el establecimiento de intereses, atracciones, mediaciones de metas u objetivos compartidos por los miembros de un grupo, lo cual le delimita de los otros.

En resumen, los grupos interaccionales se establecen a partir de la percepción y categorización formada en el encuentro presencial o cara a cara. En contraste, los grupos categoriales se establecen específicamente a través de mecanismos cognitivos⁷.

Finalmente, si el grupo es definido como un punto medio entre el individuo y la sociedad, la identidad tiene dos polos: una *individual* que refiere a nuestras características personales, y otra *social* por nuestra pertenencia a grupos (Ovejero, 2007; 275).

3.1.5 EL LÍDER, LA OVEJA NEGRA Y OTROS ROLES GRUPALES

A partir de la noción de grupo, ha quedado claro que es un mediador entre el individuo y la sociedad. Por lo anterior, es necesario entender el papel del individuo dentro de un grupo, es decir, su rol individual.

⁷ Los términos “endogrupo” (*in-group*) y “exogrupo” (*out-group*) hacen referencia, respectivamente, a los grupos con los que un individuo se identifica y pertenece, o aquellos de los que no forma parte y se distingue.

Antes bien, llamamos ‘rol’ al conjunto de comportamientos esperados en una persona según su posición dentro de un grupo (Ovejero, 2007). Esto implica una relación entre el individuo y las normas sociales establecidas endogrupalmente. Por tanto, en cada situación, el comportamiento del individuo debe ajustarse a su rol: una persona actúa distinto como líder político, en una reunión de trabajo o como anfitrión de una fiesta.

Además, los roles no solo contribuyen a la organización del grupo, sino que definen la interacción social y el establecimiento de la identidad individual. Por ello es muy útil entender el rol de los individuos dentro de un grupo.

Con base en lo anterior, puede señalarse que un rol central es el del líder. McFarland afirma que este rol determina lo que ocurre en un grupo, mientras que Katz asevera que el ejercicio del liderazgo es un proceso donde una persona influye más que el resto de los miembros en las funciones grupales (Sabucedo, 1996).

Para profundizar en la comprensión del líder, pueden ubicarse once formas de liderazgo: como proceso grupal, tipo de personalidad, autoridad, influencia, conducta, persuasión, relación de poder, medio para lograr metas, resultado de la interacción, rol diferenciado o mantenimiento de la estructura grupal (Sabucedo, 1996). También puede entenderse por rasgos, por la relación con sus seguidores o por la relación con el contexto.

En cuanto a los rasgos del líder, se plantean varias metáforas: el ‘flautista de Hamelín’, como punto de inicio y fin del grupo; el ‘gran hombre’, por las capacidades innatas y habilidades aprendidas que le distinguen; el ‘vendedor’, que gestiona relaciones y problemas como transacciones con sus seguidores; la ‘marioneta’, como agente del grupo; y el ‘apagafuegos’, definido por el manejo de situaciones (Sabucedo, 1996). En general, el rol puede entenderse por el cumplimiento de tareas grupales o por el manejo de las emociones de los miembros de un grupo.

Respecto a la relación con sus seguidores, destaca la satisfacción de las expectativas del grupo (Sabucedo, 1996). En la relación con el líder se encuentran coaliciones, definición de actividades, inspiración de entusiasmo, construcción o mantenimiento de la imagen del líder, el desarrollo de un equipo eficiente, la recopilación de información, la ejecución de tareas o el carisma que implica la admiración de él o ella.

En cuanto a la relación entre liderazgo y contexto, refiere a las limitaciones y demandas grupales situadas (Sabucedo, 1996). Pueden clasificarse en cinco: 1) como normas y reglas endogrupales que regulan la toma de decisiones y el ejercicio de poder del líder en una situación; 2) por la aparición de opositores que conducen a negociaciones,

pactos o conflictos; 3) como influencia de las creencias compartidas por el grupo en una situación; 4) por escasez de recursos; o 5) como condiciones de una época.

Para el caso específico de este trabajo, resulta importante resaltar que los líderes políticos destacan por su relación con metas grupales (Sabucedo, 1996). Esto refiere a la formulación de objetivos, así como a la distribución de riquezas o beneficios.

Por otra parte, un rol contrario al del líder es la *oveja negra*, que corresponde al miembro percibido como traidor, no querido o incapaz (Morales & Moya, 1996). Cuando la identidad grupal tiende a homogeneizarse, la *oveja negra* se aparta por no cumplir con las normas y expectativas endogrupales. En consecuencia, el *efecto oveja negra* es el rechazo hacia un miembro del grupo, justificado por el favorecimiento endogrupal.

Por último, un rol importante para la presente investigación es el de género, definido en función de grupos categoriales. Por ejemplo: *grupo de hombres* o *grupo de mujeres*. Este tipo de grupos se establecen por la diferenciación y clasificación categorial cognitiva, que forma una identidad social, debido a que se pertenece o no a un grupo categorial de género que integra al orden social (Baron & Byrne, 2005). Cabe destacar que, este tipo de grupos categoriales, frecuentemente están acompañados de estereotipos que pueden establecer prejuicios y discriminaciones sociales.

3.1.6 EL ROL DE GÉNERO Y LA MUJER EN EL EVENTO POLÍTICO

Para profundizar en la perspectiva de género durante el evento, no basta con considerar las problemáticas del contexto político. También es necesario incorporar algunas definiciones sobre los *roles de género* y la *mujer*, que permitan orientar el análisis.

De esta forma, es necesario destacar lo problemático que implica definir las nociones de *roles de género* y *mujer* dentro del panorama político. Ambas no sólo representan un debate conceptual, sino sociohistórico, especialmente por las diversas construcciones de significados y sentidos sobre la diferencia sexual.

Antes bien, una primera noción sobre el *rol de género* se entiende como conjunto de creencias y valores asignados a la diferencia entre los sexos; es decir, el género es una construcción social que se plantea según los valores y creencias que los individuos, grupos y sociedades, adscribimos al trato con los demás con base en la diferencia sexual (Blackstone, 2003). Por tanto, implica la valoración sobre la feminidad y masculinidad.

Asimismo, los roles de género pueden construirse a partir de estereotipos, es decir, creencias sobre lo que “son” o “deberían de ser” los hombres y las mujeres (Blackstone, 2003; Baron & Byrne, 2005). Como se explicó desde el paradigma sociocognitivo, los

estereotipos simplifican y sesgan las características asociadas a los sexos, clasificando a las personas en identidades y grupos categoriales, de acuerdo con ciertas creencias. Por ejemplo, puede creerse en estereotipos esencialistas según los cuales los hombres son o deberían de ser poco emocionales, mientras que las mujeres son o deberían de ser muy emocionales. Así, se hace patente la importancia de deconstruir creencias esencialistas, para promover nociones que no busquen simplificar o jerarquizar la identidad social.

Ahora bien, autoras como Amy Blackstone muestran el concepto de *woman* o ‘mujer’ desde valores *tradicionales*, que asignan tareas, actividades, conductas y etiquetas específicas y “esenciales” a la mujer (Blackstone, 2003). Bajo estas perspectivas tradicionales, a la mujer se le atribuye la responsabilidad de cuidar a la familia, trabajar en el hogar y no buscar empleo fuera del mismo; mientras que al hombre se le atribuye el liderazgo, el poder adquisitivo y el empleo en el espacio público, como características fijas y esenciales que subyacen a ambas identidades de género.

No obstante, Blackstone también señala que durante el último siglo han surgido otras perspectivas *no tradicionales* (Blackstone, 2003). Por ejemplo: a) la ecológica, que considera que los roles de género se forman a partir de las interacciones entre individuos, comunidades y entornos físicos; b) la biológica, que comprende que ningún rol posee un valor superior al otro; c) la sociológica, que analiza los significados y valores que las sociedades atribuimos a la masculinidad y feminidad, como aprendizaje y no como rasgos innatos o esenciales; y d) la feminista, que pone atención en las relaciones de poder, para criticar la histórica opresión que ha tenido la mujer en sociedades machistas y patriarcales.

En síntesis, puede decirse que quienes tienen una concepción más *tradicional* del género, se orientan más por normas heredadas de otras generaciones. En cambio, quienes tienen posturas *no tradicionales*, entienden a la identidad y los roles de género menos por la diferencia sexual que por las relaciones y circunstancias sociales.

Como se ha dicho, uno de los aspectos que ayudan a entender la noción de género, es su distinción y relación con la diferencia sexual: mientras que el *sexo* remite a las características biológicas, el *género* refiere a los significados y valores construidos alrededor de esta diferencia. No obstante, como bien señala Marta Lamas, una clasificación mínima de las variaciones biológicas reconoce al menos cinco categorías sexuales (varones, mujeres, hermafroditas/herms, hermafroditas masculinos/merms y hermafroditas femeninos/ferms), y no sólo dos, como ocurre con la simplificación binaria tradicional. Por lo tanto, el cuerpo aparece como “*la primera evidencia incontrolable de la diferencia humana*”, irreductible a un binario (Lamas, 1999, p. 159).

Tomando en cuenta lo anterior, queda claro que el género puede ser abordado desde múltiples perspectivas, con definiciones variadas. Desde el psicoanálisis, por ejemplo, la diferencia sexual se concibe como principio estructurante de la subjetividad, donde el género tiene una relación con el imaginario (Lamas, 1999). En contraste, en antropología puede interpretarse como orden simbólico que organiza la diferencia sexual y produce sentidos, significados y rituales, que moldean las prácticas sociales y la reproducción de los grupos humanos.

Antes bien, resulta útil destacar dos perspectivas más. Primero la feminista (Lamas, 1999), que entiende al género como construcción cultural y social, vinculada al poder y la desigualdad social de la mujer frente al hombre en sociedades jerárquicas y tradicionales. La segunda es la sociológica, desde autores como Pierre Bourdieu, donde el género implica una violencia simbólica que moldea los cuerpos y las prácticas, las cuales legitiman y reproducen la dominación masculina (Lamas, 1999).

Ante este panorama, resulta urgente deconstruir las formas de opresión basadas en esencialismos y jerarquías patriarcales, especialmente en lo relativo a la histórica subordinación de las mujeres frente a los hombres en sociedades tradicionales y desiguales. Por tanto, la búsqueda de mejores condiciones de igualdad de género en el país, implica reconocer que esta disputa también se juega a la altura del lenguaje: *“si el género mismo se naturaliza mediante las normas gramaticales (...) entonces la alteración del género en el nivel epistémico más fundamental estará dirigida, en parte, por la negación de la gramática en la que se produce el género”* (Butler, 1999, p. 23).

Finalmente, es importante señalar que con estas perspectivas sobre el género, se busca contextualizar la participación política de la mujer en el país y, en particular, durante el evento de Toma de Protesta. Como señala Marta Lamas (2025), el contexto político está marcado por desigualdades históricas que envuelven a Claudia Sheinbaum Pardo como la primer mujer presidente de México.

3.1.7 EL CONFLICTO INTERGRUPAL

De acuerdo con Muzafer Sherif, sabemos que la competencia entre grupos por recursos escasos o valiosos es una de las principales causas del prejuicio (Baron & Byrne, 2005). Esto sugiere una relación estrecha entre el conflicto intergrupal y los procesos cognitivos, dado que el prejuicio se forma a partir de estereotipos.

Esta relación entre el conflicto intergrupal y los procesos cognitivos es aún más estrecha, si se considera que la discriminación es una consecuencia directa del prejuicio;

o que la competencia y la diferenciación entre grupos implica un favorecimiento endogrupal y una hostilidad exogrupal que puede escalar hasta la agresión.

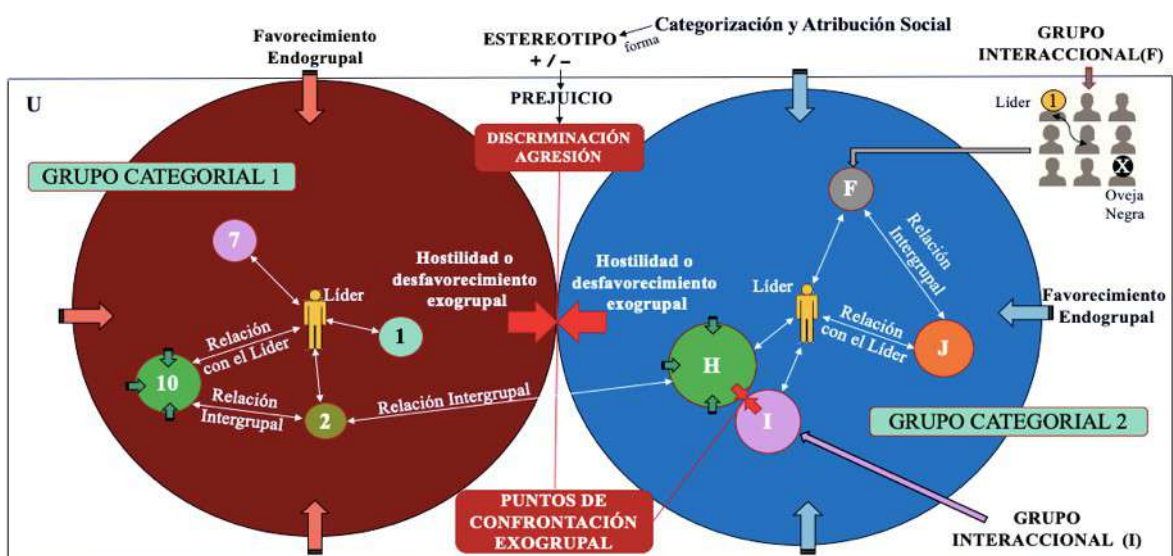
Ahora bien, el conflicto y la hostilidad exogrupal, se han estudiado desde al menos tres enfoques principales.

El primero es la “*Teoría de la Identidad Social*” de Tajfel, que explica cómo el favorecimiento endogrupal establece un desfavorecimiento exogrupal que puede escalar hasta la exclusión y la agresión (Morales & Moya, 2007). Este enfoque es particularmente importante, debido a que responde a los procesos cognitivos expuestos en el primer segmento de esta construcción teórica (categorización y atribución social), los cuales son pilares para orientar la saturación y el análisis de los datos.

El segundo enfoque es la “*Teoría del Conflicto Realista*” de Sherif, que plantea a las competencias “suma cero”, como la principal causa del desfavorecimiento y hostilidad exogrupal, que puede establecerse como agresión, debido a la competencia por recursos escasos o valiosos donde sólo un grupo gana (Morales & Moya, 2007).

El tercero es la “*Teoría de la Comparación Social*” de Festinger, que considera que las *frustraciones sistémicas* en una sociedad, manifestadas como sentimientos de injusticia o desigualdad social, pueden causar agresiones (Morales & Moya, 2007).

Cabe destacar que, en contextos de conflicto, los individuos actuamos por pertenencia al grupo, más que por interacción individual (Ovejero, 2007). Por tanto, el conflicto se caracteriza por la búsqueda del máximo beneficio endogrupal y por la hostilidad exogrupal en forma de estereotipos, prejuicios, discriminaciones y/o agresiones (Morales & Moya, 1996). A continuación se muestra un esquema con estos elementos establecidos en un contexto de conflicto intergrupual.



CUADRO 4. CONFLICTO E INTERACCIÓN ENTRE DOS GRUPOS (PGM). Elaboración propia.

En el Cuadro 4 se observa que, dentro de una Sociedad (U), se puede establecer el *paradigma del grupo mínimo* donde se distinguen al menos dos grupos distintos contrarios. Ahora bien, existen dos tipos generales de grupos: el interaccional y el categorial. En ambos casos, destaca el rol del *líder*, con el que sus miembros establecen relación e intereses que forman una cohesión endogrupal.

Antes bien, a consecuencia del *paradigma del grupo mínimo*, cada grupo implica un efecto de favorecimiento endogrupal y desfavorecimiento exogrupal. En contexto de conflicto, se establece una hostilidad exogrupal entre los grupos involucrados, que puede manifestarse en forma de *estereotipos, prejuicios, discriminación o agresiones*. Además, puede suceder el *efecto oveja negra* por favorecimiento endogrupal, cuando un grupo rechaza a alguno de sus miembros (X).

Cabe aclarar que, no solo existe conflicto en la interacción intergrupal, sino también relación de identidad entre los individuos y grupos. No obstante, en el caso específico de los contextos de conflicto, se establece hostilidad exogrupal.

Por último, es importante mencionar algunas formas de superación del conflicto (Morales & Moya, 1996). En ciertos casos se recomiendan estrategias de negociación, compartición de recursos, establecimiento de metas supraordenadas, individuación por descategorización o el cruce de categorías en la interacción intergrupal. En otros casos, se sugiere el uso de recursos psicológicos, como el desarrollo de habilidades relacionadas con la responsabilidad, la resiliencia, el manejo del estrés o la influencia en las creencias que causaron el conflicto.

No obstante, puede darse el caso donde no puede lograrse una resolución, y sólo es posible acabar con el conflicto por la total perpetuación de un grupo sobre el otro. En cualquier caso, el contexto siempre es un factor importante que influye en la resolución.

3.2 LA INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DIGITALES

En este segmento se presenta un esbozo general de la influencia social de los medios de comunicación de masas y las redes sociales.

Para ello, se desarrollan los siguientes tópicos: 1) un panorama general de los estudios sobre la influencia mediática en psicología social; 2) una definición de *agenda-setting, priming y framing*, para comprender la influencia y persuasión social en los *mass media*; 3) un contraste entre el funcionamiento de los *mass media* y las redes sociales, especialmente X; y 4) una valoración sobre la brecha digital en México.

Estos cuatro tópicos tienen como objetivo ofrecer una perspectiva general de la influencia social de los medios de comunicación para comprender el papel que desempeña la plataforma X como medio digital durante el evento político estudiado.

3.2.1 INFLUENCIA SOCIAL EN LOS MASS MEDIA

En Psicología Social, particularmente desde el paradigma sociocognitivo, se han desarrollado diversos estudios sobre los medios de comunicación de masas o *mass media*, enfocados en la influencia que ejerce la televisión, la radio y la prensa escrita.

Debe quedar claro que los estudios sobre los medios de comunicación de masas no sólo refieren a la transmisión de información, sino al papel de estos como vehículos de información para moldear cogniciones grupales e individuales, que forman conocimiento político. Así pues, más allá de su función comunicativa, los *mass media* influyen en los esquemas cognitivos de los individuos desde donde interpretan los acontecimientos y eventos políticos (Morales & Moya, 2007).

Ahora bien, diversos psicólogos sociales han identificado tres etapas en el desarrollo de estos estudios: 1) el surgimiento a finales del siglo XIX e inicios del XX, cuando el receptor de información era concebido pasivamente; 2) el cuestionamiento desde 1940, cuando se problematizó la eficacia persuasiva de los *mass media* y se introdujo la idea de “*habilidad crítica*” en los individuos receptores de información; y 3) el último desarrollo desde la década de 1970, cuando se volvió a introducir la idea de influencia social en los *mass media* (Morales & Moya, 2007, p. 741).

Así, resurgió la idea de que los *mass media* ejercen una influencia fuerte en los individuos, aunque de forma sutil. Varias corrientes profundizaron en el tema. Por ejemplo, la Escuela de Frankfurt realizó una crítica a la cultura de masas, incluyendo a los medios de comunicación; la *Teoría Culturológica* analizó los vínculos simbólicos entre consumidores y objetos de consumo; la *Teoría de los efectos ideológicos* estudió la función de los *mass media* para la reproducción del *status quo*; y, finalmente, la *Teoría de los indicadores culturales* planteó que la televisión actúa como sistema centralizado de información que reproduce creencias dominantes mediante un aculturamiento blando, moderado o duro (Morales & Moya, 2007).

Cabe destacar que, en la tercera y última etapa de estudios sobre los *mass media*, tuvo mucha importancia la *Hipótesis de la espiral del silencio*, propuesta por la autora Noelle-Neumann. Su tesis se basa en cuatro supuestos: 1) la sociedad amenaza con el aislamiento a los individuos desviados de lo estandarizado; 2) las personas temen al

aislamiento social, 3) ese temor es responsable de que los individuos evalúen constantemente su opinión emitida en público; y 4) esas evaluaciones influyen en el comportamiento.

A partir de los cuatro postulados, Neumann entiende que los medios de comunicación de masas forman “*entornos de opinión en los que se favorece lo socialmente aceptado*” (Morales & Moya, 2007; 756-757). Como resultado, el favorecimiento de la difusión de una postura hegemónica implica excluir y silenciar otras.

Finalmente, también se propusieron algunas estrategias de influencia mediática que se exponen a continuación.

3.2.2 ESTRATEGIAS DE INFLUENCIA EN LOS MASS MEDIA

Como se ha dicho, los estudios sobre los *mass media* se concentran en la televisión, la radio y/o la prensa escrita. A partir de la década de 1970, se puso interés en estrategias de poder mediático como la persuasión o la influencia para la construcción de significados sociales, la formación de actitudes o el establecimiento de creencias políticas.

La primera de estas estrategias es la *Agenda Setting*, término acuñado desde el siglo pasado por McCombs y Shaw (Morales & Moya, 2007). El establecimiento de la agenda, también conocido como *tematización*, refiere a la influencia ejercida por los medios para determinar “*sobre qué pensar*” en lugar de “*cómo pensar*”. En otras palabras, mediante esta estrategia, se busca dirigir la atención de los individuos hacia temas específicos, dejando fuera de cobertura o en segundo plano otros.

A partir de lo anterior, se encuentran tres consecuencias: 1) la aparición de sesgos relacionados con la tematización; 2) el grado de importancia que los medios otorgan a cada tema; y 3) la inclusión/exclusión de determinada información, que implica la cobertura y el silenciamiento de temas.

La segunda estrategia mediática es la evaluación del ‘*Priming*’, entendida como el efecto que tiene la información de los *mass media* para activar ciertos esquemas cognitivos de referencia en el individuo que recibe la información. Según Fiske y Taylor, este efecto se basa en el uso cognitivo de información previa con mayor saliencia, es decir, la información más próxima que el individuo recupera de su memoria para interpretar y entender la nueva información de los *mass media* (Morales & Moya, 2007). En consecuencia, las personas enjuician los temas tomando como referencia sus conocimientos previos que les son accesibles a su memoria.

La tercera estrategia es el “*Framing*” o encuadre, que alude a la forma de presentar la información (Morales & Moya, 2007). Con esta estrategia se busca transmitir información cargada de valores, creencias o expectativas, que condicionen la interpretación de cada individuo que recibe la información, especialmente cuando no se tiene experiencia ni conocimiento directo del tema. Como resultado, la interpretación de un tema puede cambiar según la forma de encuadrarlo.

En síntesis, con estas estrategias se ha buscado ejercer influencia en la opinión pública a través de los *mass media*. Cabe aclarar que la *opinión pública* se entiende como la expresión emitida por un grupo de individuos, posicionado respecto a un tema específico que ha sido expuesto en público (García, D’Adamo & Aruguete, 2014).

3.2.3 LAS REDES SOCIALES

En el contexto tradicional de los *mass media*, la *espiral del silencio*, la *agenda-setting*, el *priming* y el *framing*, han formado parte de la influencia social. Estas estrategias se basan en un planteamiento unidireccional de la comunicación que, con el perfeccionamiento de la técnica y el avance tecnológico, reproducen un mensaje de manera masiva.

Asimismo, el planteamiento comunicativo de los *mass media* implica que un número reducido de emisores determine qué temas son visibles en el medio, el encuadre de la información y las opiniones socialmente aceptadas.

Ahora bien, esta concentración de poder mediático ha facilitado el favorecimiento de posicionamientos hegemónicos frente a otros. En este sentido, estos medios también han contribuido a la reproducción del *status quo*, y al silenciamiento de diversos grupos.

En contraste, tras la aparición de las redes sociales, se han problematizado las estrategias de influencia que se emplean en los *mass media*. Las plataformas digitales abren la participación de grupos e individuos que no solo consumen información, sino también la generan, editan, comentan, comparten, critican, ignoran o reaccionan. Tal carácter descentralizado de la información en la era digital problematiza la univocidad y unidireccionalidad de los *mass media*, debido a la apertura de tematizaciones y encuadres.

En consecuencia, la *espiral del silencio* también se problematiza, por la apertura comunicativa del espacio digital. También, la *agenda-setting* se complejiza en la diversidad de generadores de contenido que cuestionan la hegemonía de un solo tema.

Por su parte, el *priming* ya no depende únicamente de los editores profesionales de los *mass media*, sino de los distintos generadores de contenido y del *engagement* algorítmico que personaliza la información, configura burbujas informáticas y modifica la saliencia

cognitiva de los individuos que consumen las redes sociales. Por último, el *framing* ahora forma parte de la polarización y la desinformación.

Antes bien, en la era digital, el control ya no se ejerce mediante el poder disciplinar, la censura o el silenciamiento, sino a través del “*poder amable*” que se pone al servicio de los dedos como mediadores para la interacción social (Han, 2014). De esta forma, lo digital no solo se refiere al sistema binario que sustenta el funcionamiento de estas tecnologías —el código en 0 y 1—, sino también a la acción de digitar, guiada por los dedos, el tacto, la vista y/o el oído.

En consecuencia, teclear o deslizar un dedo en alguna pantalla (*scroll*), se vuelven acciones cotidianas que median la participación y el acceso a la información que antes estaba concentrada en los *mass media*.

Así pues, a diferencia del disciplinamiento, las redes sociales conducen a una exhibición informática que busca el reconocimiento de los otros individuos en forma de vistas, suscripciones, comentarios, *followers* o *likes* (Han, 2014). También, debido al contexto digital, ahora las tendencias juegan un papel muy importante para la integración social, porque ellas imponen el rechazo o la aceptación de temas específicos.

De esta forma, la manipulación e influencia se vuelven aún más sutiles. Las redes sociales nos ponen bajo la ilusión de una libertad dominada por la presión social y el consumo de información personalizada.

Cabe destacar que, estas nuevas dinámicas sociodigitales se sostienen por el *engagement*, la viralidad de contenidos y la gestión algorítmica que personaliza el contenido que cada individuo consume desde sus dispositivos digitales. De esta forma:

‘el *engagement* es una medida de éxito de las publicaciones, aceptadas y valoradas por los usuarios. Al interactuar con el contenido, el usuario dedica tiempo y energía al vínculo con otros usuarios de una plataforma, demostrando interés. Esto supone una implicación mayor que la mera selección de contenidos, el consumo asíncrono y el clicking’ (López-Navarrete, Cabrera-Méndez, Díez-Somavilla & Calduch-Losa, 2021; 144).

Por lo tanto, la influencia y la persuasión en las redes sociales cambia, a diferencia de los *mass media*. Ahora se establece a partir de la interacción sociodigital directa con el contenido, susceptible de manipulación algorítmica y desinformación.

Por otra parte, es importante destacar que la información viral en redes sociales también es gestionada mediante algoritmos, es decir, mediante un conjunto de instrucciones computacionales automatizadas, que personalizan el contenido que se

consume en cada dispositivo digital, con base en los intereses e interacciones previas. Este funcionamiento inteligente, facilita la gestión de contenidos e información para el posicionamiento de tendencias específicas, en algunas ocasiones establecidas por la reproducción artificial de un mensaje a través de cuentas automatizadas [*bots*].

En consecuencia, las estrategias de influencia mediática como la *agenda-setting*, el *priming* o el *framing*, se redefinen e integran al funcionamiento de las redes sociales. También, en ocasiones, la manipulación y desinformación mediática echa mano de contenidos producidos por Inteligencia Artificial [*IA*], noticias falsas [*fake news*] o contenidos que buscan la provocación, el conflicto y la polarización.

Por otra parte, es importante destacar que en el espacio digital también coexisten individuos con distintos niveles de visibilidad y popularidad. Los de mayor alcance son definidos como *influencers*, y actúan como líderes de opinión en las redes sociales.

De esta manera, un *influencer* puede iniciar o amplificar estrategias de *shitstorm*, es decir, oleadas masivas de contenido que atacan a identidades específicas dentro del espacio digital. Cabe destacar que, esta práctica de influencia suele estar apoyada de *trolls* (cuentas para atacar) y *bots* (cuentas automatizadas que simulan actividad humana), gestionados por *granjas* que administran los contenidos y *likes* dentro de cada red social.

Cabe destacar que, son estas estrategias de ataque las que usualmente producen polarización dentro de redes sociales. Esta última es definida como “*alineamiento extremo de posiciones contrapuestas en función de una identificación ideológica o partidaria*” (Schuliaquer & Vommaro, 2020). En consecuencia, el alineamiento entre identidades contrarias dentro del espacio digital no sólo establece polarización sino puntos de confrontación política digital en redes sociales, en forma de contenido o comentarios.

Por último, cada plataforma digital funciona de manera distinta. En el caso de X se permiten publicaciones en texto de hasta 280 caracteres, acompañados de imágenes, videos o enlaces de otros sitios web.

Cada publicación en X muestra un número de visualizaciones (*views*) y puede recibir distintas formas de interacción como: *likes* (me gusta), *comments* (comentarios), *save* (guardar) y *share* (compartir). Asimismo, en cada perfil se muestra la cantidad de *followers* (seguidores del perfil), además de las publicaciones y datos generales de la cuenta. Además, muestra tendencias que son determinadas algorítmicamente.

Finalmente, es importante destacar que en México, no toda la población usa X. En este sentido, se habla de una sobrerrepresentación de algunas capas de la población.

Pese a esto, es tomada como un *“termómetro social de muchos fenómenos políticos (...) una herramienta en la vida pública y política de los países”* (Sánchez-Zárate, 2023; 84).

3.2.4 VALORACIÓN SOBRE LA BRECHA DIGITAL EN MÉXICO

Como se ha señalado, en los últimos años México ha experimentado un cambio en el desarrollo de su infraestructura y uso de la tecnología digital. Entre 2023 y 2024, más del 80% de la población ya contaba con acceso a internet, es decir, alrededor de 97 millones de personas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2024). Empero, es útil realizar una valoración más puntual sobre la heterogeneidad en el desarrollo tecnológico, para comprender las brechas digitales, especialmente en el uso de la red social X en el país.

En primer lugar, es importante considerar que desde el año 2022, 92% de los usuarios mexicanos, usaba como dispositivo *“un teléfono inteligente; 45.2, computadora; 24.4 un televisor inteligente; 14.4 una tableta; y 4.4 una consola de videojuegos”* (Romero, 2022). Sin embargo, estos números no se reflejan idénticamente en el uso de las redes sociales.

Igualmente, es importante evidenciar y valorar las exclusiones y falta de equidad en el acceso general a internet en México: *“en el grupo de mayores de 55 años cerca de la mitad carece de acceso a la supercarretera de la información; lo que significa que en ese sector está concentrada la mayoría de personas con brecha digital”* (Romero, 2022).

En lo que refiere específicamente a X, se observa una brecha digital muy amplia, entre los sectores con mayor presencia y participación dentro de la plataforma, respecto de aquellos con un uso nulo o limitado. Por un lado, el tipo de población que más usa la plataforma en México son jóvenes, principalmente de entre 25 y 35 años, con un nivel educativo medio superior, con estatus socioeconómico medio o alto, y con acceso a una variedad de dispositivos con conectividad a internet (Sánchez-Zárate, 2023) En contraste, el uso de la aplicación disminuye o desaparece en personas mayores de 35 años, en mexicanos con muy alto o bajo nivel educativo, y en personas con un nivel económico bajo. Además, se estima que en esta red social predominan usuarios hombres.

Como resultado, X se convierte en un espacio digital para ciertos sectores privilegiados de la población, cuestión que exhibe desigualdades sociales dentro de este espacio digital, en el acceso informativo y en la participación política. Esto implica una *sobrerrepresentación* de tales capas de la población dentro de esta red social, lo cual es tomado muy en cuenta para la interpretación de los datos del estudio.

Por otra parte, X es actualmente utilizada por alrededor de 17 millones de mexicanos, es decir, menos de un cuarto de la población nacional (Statista, 2024). Esto da una buena perspectiva del tipo de los individuos y grupos que participan a través de esta red social durante el evento político de la Toma de Protesta.

Finalmente, es importante agregar que la brecha no debe entenderse sólo como un tema de integración económica o falta de conexión, sino como un tema de desigualdad social en el acceso a la información, la comunicación y la participación política en el país.

3.3 SÍNTESIS: GUÍA PARA LA INTERPRETACIÓN SOCIOCOGNITIVA

Para responder la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos del planteamiento del problema, se propone el siguiente recorrido para la interpretación del evento político:

1) ubicar los grupos durante el evento; 2) identificar las identidades grupales a partir de los datos; 3) describir las características de liderazgo a partir de los datos; 4) Identificar las características del conflicto durante el evento, para comprender la confrontación en X; 5) ubicar los estereotipos, prejuicios, discriminaciones y/o agresiones en X, para comprender con detalle el conflicto en la dimensión digital; 6) por último, comprender las estrategias de influencia mediática en la red social X durante el evento, es decir, el lugar de la *agenda-setting*, el *framing* y el *priming*, con base en el *engagement*, la polarización y las tendencias.

4. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

A partir de este planteamiento metodológico, se busca aportar una posible respuesta a las seis críticas planteadas por Concepción Fernández al paradigma sociocognitivo de la Psicología Social (Fernández, 2003). De este modo, la construcción teórica toma muy en cuenta la pertinencia del planteamiento metodológico para el estudio de las identidades y el conflicto intergrupal durante un evento político de la era digital.

Ahora bien, las respuestas que se plantean a continuación conducen de manera ineludible a considerar el contexto sociohistórico y a adoptar un enfoque interpretativo que se extiende a todo el trabajo: a la contextualización, al estado del arte, a la construcción teórica sociocognitiva y al análisis de los datos.

La primera crítica de Fernández apunta a la indefinición y ambigüedad de los conceptos (Fernández, 2003). A esto se responde mediante el marco teórico, donde se define cada término y concepto que se empleará en el análisis a partir de los textos mismos, es decir, en diálogo con la tradición. Esto implica concebir y entender al paradigma como una construcción lingüística humana, es decir, como una interpretación de la realidad psicosocial, no como una *Explicación Universal del Fenómeno Psicosocial*.

En segundo lugar, la crítica a la fuerte carga evaluativa presente en muchos conceptos sociocognitivos que tienen pretensiones de científicidad (Fernández, 2003). Se responde desde la articulación de los conceptos teóricos con la comprensión de los datos en un contexto histórico específico, donde lo central no es la pretensión de científicidad sino la construcción de conocimiento que se logra establecer con la intertextualidad y la saturación de los datos.

En tercer lugar, la crítica a las pretensiones de objetividad que descuidan aspectos que escapan al análisis de los datos (Fernández, 2003). Esta crítica se dirige particularmente al uso del método en el que se han centrado los estudios de la corriente sociocognitiva, los cuales parten del supuesto de que la realidad puede conocerse de forma totalmente objetiva.

Tal supuesto parte de la creencia de que un resultado estadístico —derivado de una formulación matemática— es, en sí mismo, objetivo, científico, universal y/o generalizable. No obstante, este supuesto desconoce que todo fenómeno psicosocial está atravesado por la dimensión histórica, contextual, subjetiva y lingüística, irreducible a un resultado estadístico.

También, estas pretensiones de objetividad, científicidad y universalidad, parten de otro supuesto: que la realidad subjetiva está escindida de la realidad objetiva que se

asocia con lo material y lo físico. En consecuencia, se asume que la única forma de conocer consiste en eliminar cualquier tipo de influencia subjetiva mediante el uso de un método lógico-matemático, que permita conocer la esencia inmutable de aquella realidad objetiva. Así, los resultados estadísticos son concebidos como capaces de elevarse a leyes esenciales y universales, y agotar la explicación del fenómeno psicosocial, sin importar el contexto, las circunstancias sociales, los factores subjetivos o la época histórica.

Tales presupuestos positivista y post-positivistas centrados en los resultados matemáticos pretenden emular a las ciencias físicas en las sociales, dejando de lado el hecho de que toda construcción de conocimiento se erige desde el lenguaje y, en consecuencia, posee un carácter interpretativo, subjetivo y contextual: “*no hay nada fuera del texto*” (Derrida, 1971; 207), es decir, el texto erige toda construcción de conocimiento: teórico, epistemológico, ontológico, metodológico, etc. En otras palabras, todo uso del lenguaje, incluido el lógico-matemático, es indispensable en el acceso a todo tipo de conocimiento humano y, en consecuencia, siempre que hay uso del lenguaje hay, *a fortiori*, carga subjetiva, contextual e interpretativa.

En cuarto lugar, la crítica al sesgo psicologista, que deja fuera lo social y lo grupal (Fernández, 2003). La respuesta se plantea desde una concepción del conocimiento en co-construcción, por la relación intersubjetiva que se establece entre el investigador como sujeto cognoscente y los individuos investigados como sujeto(s) conocido(s).

A diferencia de los estudios estadísticos que dejan de lado las relaciones y los procesos sociales para atomizar al individuo por medio de encuestas, sondeos, escalas de actitudes u otro tipo de instrumentos metodológicos similares, una co-construcción de conocimiento implica apertura y encuentro con la subjetividad de los participantes que dan su testimonio al investigador, para generar conocimiento de lo social y grupal en un contexto determinado. A esto se le suma la participación a través de X, donde se establece una forma de interacción intergrupal a través de los contenidos sobre el evento.

En quinto lugar, la crítica a la ausencia de la dimensión afectiva en los estudios clásicos de la corriente sociocognitiva (Fernández, 2003). Se responde señalando que las emociones figuran dentro del paradigma, por ejemplo: en las motivaciones o las agresiones. Algunos de estos elementos se encuentran presentes en la construcción teórica, dada su relevancia para la interpretación de algunos comentarios del evento en X.

Por último, la crítica a la excesiva fragmentación de la realidad (Fernández, 2003). Se responde aceptando dicha fragmentación, y con ello el caos inherente que implica la diversidad de contextos y realidades subjetivas, cuestión que no atomiza al individuo. Por

el contrario, más bien se adopta una concepción intersubjetiva de la realidad, esto es: una red de relaciones y entramados establecidos dentro de condiciones de posibilidad y circunstancias sociales específicas.

También, la aceptación del caos y la diversidad subjetiva ayuda a resolver el *sesgo esencialista* que parte de presupuestos universalistas donde sólo es legítima una única concepción de la realidad (Wagner, Holt & Kashima, 2009). Cabe señalar que a este sesgo le corresponden las pretensiones de objetividad y cientificidad propias del positivismo y post-positivismo modernos, donde se creía que el sujeto conocía objetos que están totalmente escindidos de él, como “*prendidos de dos finos alfileres, como mariposas en un armario entomológico, con etiquetas azules en las que se lee: «objeto moderno» y «sujeto moderno»*” (Latour, 2021; 102).

Frente a esto, en el presente estudio no se concibe al sujeto y al objeto, como entidades opuestas y escindidas, como se hacía en el positivismo y el post-positivismo modernos, sino como elementos interdependientes, que sólo pueden comprenderse plenamente a partir de la relación que establecen entre sí, en la coexistencia y el lenguaje.

En síntesis, las seis críticas de Concepción Fernández al paradigma sociocognitivo pueden abordarse como parte de las críticas hechas al *realismo ingenuo* y al *realismo crítico* (Denzin & Lincoln, 2012).

El realismo ingenuo refiere a la producción de conocimiento positivista basado principalmente en el *criterio del fenomenalismo* que sólo consideraba válido lo aprehendido por la experiencia sensible sin tomar en cuenta el uso del lenguaje que forma sentido y significado (Álvaro & Garrido, 2007).

Por su parte, el realismo crítico refiere a las concepciones epistemológicas del Círculo de Viena o pensadores como Karl Popper, Rudolf Carnap u otros, que tomaron varios principios positivistas para legitimar el método estadístico, lógico-matemático, como la única vía para producir conocimiento válido, científico y universal (Marradi, Archenti & Piovani, 2010).

En contraste, el enfoque metodológico interpretativo adoptado para este estudio, rechaza toda pretensión de cientificidad y objetividad absolutas, para incorporar la dimensión subjetiva y el método cualitativo de la etnografía digital. Tal enfoque parte del argumento de que el conocimiento de la subjetividad no puede reducirse a un mero resultado estadístico. Más bien, cualquier dato estadístico debe entenderse como parte de una interpretación de la realidad social.

Como se ha dicho, dentro del paradigma sociocognitivo han predominado metodologías de corte estadístico y criterios epistemológicos propios del *realismo ingenuo* y el *realismo crítico*. Contrario a ello, un enfoque interpretativo da importancia a la subjetividad, sitúa histórica y contextualmente el tema de estudio, y hace uso de los conceptos en diálogo con la tradición. En otras palabras, el investigador interpreta los conceptos teóricos en diálogo directo con los textos de la tradición sociocognitiva que dan acceso al paradigma, tal como lo planteó Thomas Kuhn en su noción de “*ciencia normal*” (Kuhn, 2006). En consecuencia, la perspectiva teórica sólo puede legitimarse desde el diálogo con la tradición, sus textos, autores y conceptos.

Por otro lado, también puede cuestionarse ¿en dónde queda el criterio de verdad o desde donde se sostiene la validez de conocimiento en este tipo de planteamiento?

Contrario a la búsqueda de científicidad, objetividad absoluta y validez universal que se perseguían en el *realismo ingenuo* y el *realismo crítico* a través de un resultado estadístico, en la presente investigación se busca más bien establecer adecuadamente una relación entre tres niveles distintos (Denzin & Lincoln, 2012).

Nivel	Positivismo	Post-positivismo	Interpretativo
Ontológico	<i>Realismo ingenuo</i> : supone una única realidad aprehensible, universal y esencialista, propia del positivismo comteano.	<i>Realismo crítico</i> : realidad aprehensible de manera imperfecta a través del cálculo estadístico y la probabilidad, propia del positivismo lógico-matemático del siglo XX.	<i>Realidad interpretada histórica y contextualmente</i> : situada en un espacio y tiempo. Ubica al lenguaje como elemento indispensable en toda construcción de realidad.
Epistemológico	Conocimiento objetivo: con pretensiones de objetividad total, basado en el <i>criterio del fenomenalismo</i> .	Conocimiento objetivo moderado: con pretensiones de objetividad moderada, donde los resultados son válidos en términos probabilísticos.	Conocimiento intersubjetivo e intertextual: como construcción y producto de la relación intersubjetiva entre un sujeto conocido y un sujeto cognoscente.
Metodológico	Experimental y manipulativa: verifica hipótesis a través de métodos cuantitativos.	Experimental/manipulativa: falsación de hipótesis, prioriza métodos cuantitativos, pero puede incluir recursos cualitativos.	Dialéctica, hermenéutica y dialógica. Puede también plantearse con datos estadísticos en tanto que sean entendidos como una forma de interpretar la realidad psicosocial.

CUADRO 5. COMPARACIÓN DE PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS. Elaboración propia con base en el planteamiento de Denzin & Lincoln (2012; 9).

Estos tres niveles de la investigación son: 1) el ontológico, como forma de concebir la realidad en la que está inscrito el tema; 2) el epistemológico, que corresponde a la concepción del conocimiento a la que responde el trabajo; y 3) la metodología, que refiere a los procedimientos, métodos y diseños para el desarrollo del trabajo de investigación, en campo y la producción de datos o muestreo. En el Cuadro 5 se muestra una comparación en cada nivel, entre el *realismo ingenuo*, el *realismo crítico* y el enfoque interpretativo que plantea esta investigación.

Ahora bien, en cuanto al nivel ontológico, este trabajo concibe la realidad situada e interpretada subjetivamente, dentro de un tiempo y espacio específicos. Coherente con esto, en la primera parte de este documento se presentó una interpretación histórica del tema, mediante la consulta de archivo para su contextualización adecuada. Para ello se emplearon herramientas de la filosofía de la historia, con el objetivo de interpretar adecuadamente la realidad histórica del tema⁸.

En este sentido, queda claro que el ámbito ontológico de esta investigación parte de la *dialéctica hegeliana*, aplicada a la comprensión del devenir político mexicano que se entiende en tres momentos continuos a través del tiempo histórico: 1) una *tesis* o consciencia independiente (señor/amo); 2) una *antítesis* o consciencia dependiente (siervo/esclavo); y 3) la *síntesis* de los dos momentos anteriores (Kojève, 2006).

Cabe destacar que en este nivel ontológico, se encuentra implicado todo el tema de investigación, debido a que la Toma de Protesta se comprende desde la realidad histórica del evento político. Esto se expone, especialmente, en el segmento “1.1.2 EL CONFLICTO HISTÓRICO ALREDEDOR DEL EVENTO”, aunque en toda la primera parte del presente documento se hace énfasis en el trasfondo histórico del evento político.

Por su parte, en lo que toca al ámbito epistemológico, este trabajo parte de la relación intersubjetiva entre un sujeto cognoscente y un sujeto conocido, que constituyen la base para la co-construcción de conocimiento (Vasilachis de Gialdino, 2006). Esto implica: 1) una intertextualidad formada con la participación de alteridades; y 2) la relación horizontal en la que el investigador se reconoce como participante más dentro del espacio social y cotidiano que investiga, donde toma importancia lo émico y lo ético.

Del mismo modo, el enfoque teórico sociocognitivo, a partir de donde se interpreta la interacción e identidades de los grupos durante el evento digital, forman parte

⁸ Algunos autores que han formulado perspectivas teóricas para comprender el devenir histórico son: G.W. Hegel, Karl Marx, Fernand Braudel o Robin George Collingwood.

del nivel epistemológico, porque orienta directamente el muestreo cualitativo, los puntos de saturación de los datos, así como el análisis e interpretación.

En cuanto al ámbito metodológico, se parte de un enfoque interpretativo y cualitativo, basado en la etnografía digital (Pink, 2019). Desde allí se eligen los conceptos operativos y se decide el diseño, las técnicas y procedimientos para investigar.

En resumen, la articulación adecuada de estos tres ámbitos —ontológico, epistemológico, metodológico— supone una ‘lógica interna’ o, en palabras de Pierre Bourdieu, una “*lógica reconstruida*” que permite la comprensión [*Verstehen*] adecuada del tema (Bourdieu, Chamboredon & Passeron, 2008).

Finalmente, antes de presentar los conceptos operativos, el diseño, las técnicas y los procedimientos metodológicos del presente trabajo, es necesario hacer una aclaración.

La ética de esta investigación parte de dos alegorías críticas: 1) el “etnógrafo-asaltante”, que refiere a una actitud intrusiva, en la que el investigador reduce a las personas a meras fuentes de datos, sin considerar su consentimiento ni respetar su identidad; y 2) el “etnógrafo-indiferente”, que refiere a la falta de comprensión del investigador con las problemáticas de los sujetos estudiados (Restrepo, 2016; 83-86).

4.1 CONCEPTOS OPERATIVOS PARA EL MUESTREO

En la investigación cualitativa, el muestreo se caracteriza por la selección estratégica de los participantes con base en la relevancia de los datos que contribuyen a comprender el tema y a responder el planteamiento del problema.

A diferencia de los enfoques cuantitativos, el muestreo cualitativo no busca la representatividad estadística o la generalización numérica, sino la diversidad y profundidad de perspectivas para lograr una interpretación suficientemente amplia, que permita comprender y explicar el tema de investigación (Mejía, 2000). Este proceso culmina con la *saturación*, punto en el que la recolección de los datos deja de aportar información novedosa y relevante, es decir, cuando se observan repeticiones o patrones en los datos del muestreo.

Para lograr un muestreo cualitativo, la etnografía clásica emplea técnicas orientadas a comprender y conocer el campo, la participación, las prácticas, los rituales, las relaciones socioculturales y la subjetividad (Angrosino, 2012).

Ahora bien, para elaborar adecuadamente cualquier tipo de trabajo etnográfico, incluido el etnográfico digital, se tiene que tomar en cuenta que *“la “realidad” que percibimos como etnógrafos es condicional siempre; no podemos dar por supuesto que*

otro etnógrafo, examinando el mismo conjunto de “hechos” en un momento diferente, llegará exactamente a las mismas conclusiones’ (Angrosino, 2012; 59). En consecuencia, se obtiene un nivel de *certidumbre relativa*, es decir, una certeza que depende de las relaciones y referencias establecidas en la diversidad de los datos.

Antes bien, las tres técnicas principales del método etnográfico para hacer muestreo son: 1) la observación participante con registro en el diario de campo; 2) la entrevista; y 3) la indagación por archivo.

En el caso específico de la **etnografía digital**, estas tres técnicas se ajustan y redefinen. La observación participante no se limita a la dimensión material sino que también abarca la digital; la entrevista puede adecuarse a las distintas formas de comunicación; y la indagación por archivo incorpora información proveniente de bases de datos o sitios web. Un ejemplo es el seguimiento de trabajos de tecnólogos a través de blogs, archivos en línea, datos de plataformas digitales o el análisis de macrodatos extraídos de bases informáticas (Rogers, 2023; Pink, 2019).

Cabe señalar que, para la etnografía digital del presente estudio, se incorporan macrodatos de la plataforma X, obtenidos a partir de tendencias almacenadas en bases informáticas de distintos sitios web. Además, desde el inicio se han integrado archivos hemerográficos provenientes de repositorios digitales de universidades, los cuales amplían la perspectiva histórica y contextual del tema.

Igualmente, el presente diseño metodológico considera el obstáculo del *sesgo algorítmico*, presente en las redes sociales, y mencionado en la revisión del estado del arte. Como respuesta al sesgo, se proponen cuatro estrategias: 1) la colaboración con diversos participantes del evento político en las dimensiones material y digital; 2) la indagación por archivo mediante bases de datos de distintos sitios web; 3) el monitoreo de tendencias durante el evento; y 4) la observación participante en el espacio digital y material, tomando en cuenta la temporalidad discontinua *online-offline*.

Puede resumirse que, si el sesgo algorítmico fragmenta y atomiza la información a la que cada individuo está expuesto en las redes sociales, la consulta de tendencias por monitoreo y macrodatos representan un contrapunto a dicha atomización. En este sentido, estas estrategias orientan la observación participante digital del evento en X.

Finalmente, para toda etnografía digital, es necesario considerar los cinco elementos fundamentales del método (Pink, 2019): 1) la **multiplicidad**, que alude a la diversidad de formas de abordar lo digital según la pregunta de investigación, las técnicas, herramientas y enfoques teóricos; 2) la **apertura**, entendida como la colaboración, la

participación y el encuentro con los otros para el desarrollo del trabajo; 3) la **heterodoxia**, que refiere a la diversidad de formas de plantearse la comunicación en la era digital; 4) la **reflexividad** como cuestionamiento y reinterpretación continua en función de los objetivos; y 5) el **no-digital centrismo**, que refiere a estudiar lo digital integrado en lo social y cotidiano, no como algo aislado donde la tecnología sea el punto central.

Con base en estos cinco principios, Sarah Pink presenta distintos conceptos operativos que orientan tanto al muestreo cualitativo como al desarrollo del trabajo etnográfico digital en general. A continuación se presenta dos cuadros que exponen estos conceptos y las distintas técnicas y herramientas para el muestreo.

CONCEPTOS OPERATIVOS
<i>Prácticas</i>
<i>Cosas</i>
<i>Relaciones</i>
<i>Mundos Sociales</i>
<i>Localidades</i>
<i>Eventos</i>

CUADROS 6. CONCEPTOS OPERATIVOS

TECNICAS/INSTRUMENTOS
<i>Observación participante y diario de campo</i>
<i>Análisis de contenido (MAXQDA)</i>
<i>Datos visuales</i>
<i>Consulta de archivo, bases de datos o sitios web</i>
<i>Audios</i>
<i>Entrevistas</i>

CUADRO 7. TÉCNICAS/INSTRUMENTOS

A continuación, se presenta el concepto operativo seleccionado para llevar a cabo el muestreo cualitativo de la etnografía digital.

4.1.1 EL CONCEPTO DE “EVENTO”

El concepto de evento es la categoría metodológica y operativa central de toda esta investigación, tomada de la obra ‘*Etnografía Digital. Principios y Práctica*’ (Pink, 2019). Por tanto, el término funciona como eje principal para desarrollar el estudio sobre las identidades y el conflicto entre grupos políticos a través de la plataforma X.

El origen del concepto se remonta a la segunda mitad del siglo XX, con las nociones de *evento ritual* de Victor Turner, de *espectáculo* de Beeman y de *representaciones públicas tradicionales* de Garry Marvin (Pink, 2019).

En la perspectiva de Turner, el concepto se entiende como ritualización, es decir, como conjunto de prácticas simbólicas estructuradas y repetitivas que reflejan valores de una comunidad (Pink, 2019). Esta noción incluye la idea de *espectáculo* como *evento cultural*, donde se hayan elementos visuales, dramáticos y performativos, tal como en el

teatro japonés Kabuki. También abarca la idea de *representación pública tradicional*, ejemplificada en las prácticas de tauromaquia.

Si bien el concepto de evento suele asociarse a contextos públicos, Pink propone no restringir su análisis a este ámbito: *“el concepto de “evento” se define de distintas formas en las ciencias sociales y las humanidades. Por lo tanto, el único requisito para emplear el término es tener clara la definición que emplearemos”* (Pink, 2019; 178).

Para el caso específico de este estudio, resulta útil considerar varias nociones que se ajustan a la celebración de la Toma de Protesta. Por ejemplo, en contraste con la noción de ritual, la idea de *“ventana temporal”* como evento existencial o incidental es especialmente útil (Pink, 2019; 179). Ejemplos de esta última definición son los acontecimientos de las Revueltas Árabes difundidas en *Facebook* durante la segunda década del nuevo milenio, o la caída de las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001 viralizada en tiempo real a través de la plataforma *Twitter*.

En síntesis, tanto la noción de evento ritual como la de evento existencial, son útiles para el trabajo. En ambas hay un rápido desdibujamiento del acontecimiento, que refiere a la temporalidad, es decir: al antes, durante y después del evento.

Clarificado el concepto operativo del estudio, pueden identificarse los aspectos principales de la Toma de Protesta como evento. Estos son:

1. La ritualización en la ceremonia y el juramento ante el Congreso de la Unión
2. El contexto público en tanto que acontecimiento político mexicano
3. Los espacios diversos, donde los participantes remotos sintonizan o participan desde distintos lugares, a través de sus dispositivos digitales
4. Lo existencial, debido a la polarización política que implica el contexto
5. Lo mediático, registrado desde la primera celebración en 1824 con su cobertura en prensa escrita, hasta su establecimiento en redes sociales en los últimos años
6. El antes, durante y después, como la temporalidad y el desdibujamiento del evento

En síntesis, la Toma de Protesta celebrada el 1 de octubre del año 2024, se define como un evento político mediatizado a través de redes sociales. Para el caso específico de esta investigación, se estudia únicamente la plataforma X. Empero, es importante destacar que el evento también fue mediatizado a través de otros medios de comunicación.

Ahora bien, tomando en cuenta la definición conceptual, es necesario considerar los **tres aspectos fundamentales** para el desarrollo de la etnografía digital aplicada a

eventos (Pink, 2019): 1) la relación y diferencia entre la *dimensión material* y *digital* del evento; 2) la *temporalidad*, entendida como el antes, durante y después del evento; y 3) la relación *online-offline*, que refiere a la heterodoxia comunicativa del evento.

4.2 EL MUESTREO EN LA DIMENSIÓN MATERIAL

A continuación, se presentan las técnicas, herramientas y procedimientos para el muestreo cualitativo orientado por el concepto de “Evento”, aplicado a la dimensión material, correspondiente al Palacio Legislativo y el Zócalo de la Ciudad de México.

4.2.1 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE Y DIARIO DE CAMPO

La observación participante es el acto perceptual en el que el investigador interactúa con el entorno del campo a través de sus cinco sentidos. En este, la objetividad absoluta no existe, porque la percepción del investigador está determinada por su subjetividad (Angrosino, 2012). En consecuencia, es útil mantener una conciencia crítica y reflexiva.

Para el registro detallado de las observaciones se escriben anotaciones constantes. Las notas corresponden a descripciones, características de participantes, del emplazamiento o de los objetos (Angrosino, 2012). A través de estas, se encuentran patrones que permiten distinguir los elementos aislados de los indicadores de *saturación*.

En este estudio, se realizará observación de un solo evento, apoyado por el registro de notas, datos del mismo día y la observación de contenido de X y otros sitios web. Para el registro se usa el diario de campo. En este sentido, se usa un blog de notas de un *smartphone* [iPhone modelo XR] y una libreta tamaño francés.

Cabe destacar que el diario de campo se redacta como notas que el investigador se dirige a sí mismo (Restrepo, 2016). En la elaboración, es importante tener disciplina en la escritura: “*la idea es registrar cuidadosamente día a día todo lo que se ha observado, lo que le han contado o lo que uno ha pensado referente al estudio*” (Restrepo, 2016; 46). También se usa como agenda para registro de avances. Según la pertinencia, cada anotación puede tomarse como dato.

4.2.2 DATOS VISUALES

Para investigar la materialidad del evento, es útil incluir video grabado y fotografía. Si bien, en décadas anteriores la adquisición de insumos para el registro de datos visuales era un obstáculo; en la actualidad, el desarrollo tecnológico facilita su acceso.

En este sentido, los etnógrafos podemos producir datos visuales “(en lugar de notas de campo invasivas) y analizarlos, o utilizar materiales producidos por miembros del campo (...). Un tipo más reciente de datos viene de Internet, por ejemplo, de páginas web.” (Flick, 2015; 121). Cada registro permite su triangulación con otros datos: observaciones escritas, entrevistas, contenido de X, archivos, macrodatos, etc.

Para cualquier dato visual, es importante considerar la ética, los permisos de propiedad intelectual y el cumplimiento adecuado del *copyright* (Banks, 2010). Por lo anterior, el uso del aparato crítico de citación APA 7 es indispensable.

Finalmente, es importante destacar que el registro de datos visuales para este estudio usa tres recursos: la fotografía, la revisión de archivos en sitios web, y la recolección de contenido visual en X. Para la captura de fotografía se usa una cámara digital GoPro Mac 360, y una cámara integrada a un *smartphone* [iPhone modelo XR]. El registro está programado en el Palacio Legislativo de las 11:00 a las 14:00 hrs. y en el Zócalo de las 15:30 hrs. hasta el final del evento.

4.2.3 DIÁLOGO CON PARTICIPANTES

Con base en los principios de multiplicidad y apertura de la etnografía digital, se capturarán audios de diálogos con los participantes. Con esto se producen datos que permiten comprender las dinámicas grupales en el contexto material del evento.

La grabación se realizará con un *smartphone* [iPhone modelo XR] y micrófonos portátiles [Wireless Lavalier Microphone]. Cada uno será transcrito y el registro se complementará con audios sobre el evento disponibles en otros sitios web.

4.2.4 ENTREVISTA A PARTICIPANTES

Angrosino define la entrevista como un proceso conversacional y dialógico cuyo propósito es obtener información relevante para los objetivos de una investigación (Angrosino, 2012). En contraste con el diálogo grabado, la entrevista se distingue por la duración, el diseño y el lugar. En este sentido, se busca recabar testimonios de participantes presenciales y remotos al evento de la Toma de Protesta.

Antes de realizar la entrevista, es importante considerar: 1) que cada entrevistado expresa su visión del mundo desde su posición social, lo que lo convierte en un “*sujeto socialmente situado*” (Giglia, 2002; 30); 2) que la entrevista no se limita al diálogo, sino que implica la interpretación del testimonio; y 3) la importancia del previo estudio sobre la temática que se abordará.

También es importante tener en cuenta que el desarrollo de cada entrevista se divide en tres fases: previa, durante y posterior. En la previa, se establece fecha, lugar y hora, se contextualiza la conversación y se preparan las temáticas e instrumentos necesarios (diario de campo, grabadora, micrófono).

Finalmente, es importante destacar que, durante la entrevista, se priorizará la escucha activa, la reflexividad y la protección de identidad para conducir la conversación. En la fase posterior, se hará la transcripción, análisis e interpretación. La duración se estima de aproximadamente una hora, en un lugar y momento posteriores a la celebración. La selección del espacio se acordará con el o la participante presencial o remoto, bajo su consentimiento informado.

4.3 EL MUESTREO EN LA DIMENSIÓN DIGITAL

A continuación se presentan las técnicas, herramientas y procedimientos para el muestreo cualitativo orientado por el concepto de “Evento”, aplicado a la dimensión digital en X.

4.3.1 DIARIO DE CAMPO Y OBSERVACIÓN DIGITAL

Para el espacio digital, el diario de campo se orienta hacia el registro de la temporalidad, es decir, el antes, durante y después del evento, en redes sociales y sitios web.

Las anotaciones se concentran en el contenido digital de X. Cada nota busca la comprensión de la participación vía remota, la localización de *bots* o cuentas falsas, el registro de tendencias y cualquier contenido relevante sobre el evento político.

En general, la observación se centra en las dinámicas sociodigitales de los grupos y personas que participan en el evento: el favorecimiento endogrupal y la hostilidad exogrupal en X. En consecuencia, surgen preguntas como: ¿en qué regiones se sintoniza el evento? ¿La participación es sincrónica o asincrónica? ¿Qué dispositivos tecnológicos se utilizan? ¿Qué tipo de contenidos generan o consumen los participantes?

4.3.2 REGISTROS DE PARTICIPACIONES VÍA REMOTA

Para aproximarse a participantes remotos, se hará uso de la aplicación *WhatsApp*, como herramienta de comunicación sincrónica y asincrónica, con participantes del evento seleccionados previamente. Para lograr lo anterior, se creará un chat-grupal.

A cada participante se le extenderá un documento explicativo en el que se detallen los objetivos de la actividad: 1) compartir evidencias visuales, como fotografías del

espacio donde sintonizan el evento, el dispositivo utilizado o el medio digital; 2) el intercambio de contenidos y mensajes; y 3) la programación de entrevistas.

4.3.3 ENTREVISTAS A PARTICIPANTES REMOTOS

Para las entrevistas a participantes remotos, permanecen los elementos descritos sobre la entrevista a profundidad, con la diferencia del establecimiento comunicativo vía remota. De esta forma, las entrevistas se realizarán mediante las plataformas *Zoom* o *Meet*, luego de que cada participante haya sintonizado el evento, de manera sincrónica o asincrónica.

4.3.4 REGISTRO DE TENDENCIAS DEL EVENTO

La recolección de macrodatos se enfoca en los siguientes aspectos: 1) las tendencias de X generadas el día de la Toma de Protesta, monitoreadas por el investigador en tres horarios distintos el día de la celebración; 2) la recopilación de macrodatos sobre las tendencias de X, a partir de los sitios web: www.twitter-trending.com/mexico, www.91trends.com, y www.getdaytrends.com/es; 3) la elaboración de cuadros para organizar las tendencias del evento, con base en el monitoreo y los macrodatos; y 4) la observación del contenido de cada tendencia usando el buscador de X, para profundizar en la comprensión del evento político⁹.

4.3.5 COLECTA DE CONTENIDO Y MAXQDA

La recolección del contenido de X, toma como punto de referencia las tendencias previamente organizadas. La selección busca conocer la construcción de identidades a partir del favorecimiento endogrupal, y el conflicto intergrupal a partir del desfavorecimiento y hostilidad exogrupal durante el evento. En concreto, el contenido que se busca recolectar es:

- Tweets sobre el evento
- Respuestas a tweets sobre el evento

Para la selección, se abrirá una cuenta en la red social desde el correo institucional del investigador. Se recolectarán y clasificarán los tweets de X por cuenta y niveles de *engagement*, con base en las tendencias, la observación digital y la fecha del 1 de octubre.

⁹ A partir de estos procedimientos se responde al sesgo algorítmico, derivado de la personalización del contenido de redes sociales en cada participante, que conduce a la atomización y fragmentación de la información.

Una vez recopilados los tweets, se elaborarán cuadros que organicen el contenido. A partir de estos, se hará una selección final de los más representativos, de acuerdo con la información y los patrones que indiquen mayor *saturación*.

La última selección de tweets se procesarán con el programa MAXQDA, mediante una codificación que permita analizar e interpretar: 1) el favorecimiento endogrupal, en función de los liderazgos, las celebraciones y las creencias, como elementos de identidad grupal; y 2) la hostilidad exogrupal, en forma de estereotipos negativos, prejuicios, discriminaciones y/o agresiones, como elementos del conflicto intergrupal entre los participantes del evento a través de X.

La codificación clasificará los contenidos en categorías específicas, con base en el marco teórico de este estudio. En concreto, los códigos son los siguientes:

No./Let.	α) Códigos para clasificar la hostilidad exogrupal en X
1. [A]	Comentario con <u>estereotipo negativo</u> hacia el gobierno o sus simpatizantes
2. [B]	Comentario con <u>prejuicio</u> hacia el gobierno, líderes o sus simpatizantes
3. [C]	Comentario de <u>agresión</u> (insulto) hacia el gobierno, líderes o simpatizantes
4. [D]	Comentario con <u>estereotipo negativo</u> hacia opositores
5. [E]	Comentario con <u>prejuicio</u> hacia líderes o integrantes de oposición
6. [F]	Comentario con <u>agresión</u> (insulto) hacia líderes o integrantes de oposición

No./Let.	β) Otros códigos para clasificar comentarios de X
1. [R]	Comentario positivo sobre la publicación (favorecimiento endogrupal)
2. [S]	Comentario negativo sobre la publicación (hostilidad exogrupal)
3. [T]	Comentario poco claro o ambiguo

Con base en los códigos, se clasificarán los 100 comentarios o respuestas principales de cada tweet seleccionado para procesarse en MAXQDA, previamente tabulados en *excel* a través de la plataforma <https://exportcomments.com/> y la herramienta de Google, [TwCommentExport](#).

Esta clasificación permitirá ubicar puntos de *saturación* en los comentarios de cada tweet, con base en la codificación hecha a partir de la construcción teórica, para visualizar gráficamente cómo se establece el favorecimiento endogrupal, la hostilidad exogrupal y la polarización entre identidades políticas en las cajas de comentarios.

El análisis se apoyará de la observación digital del contenido seleccionado. Así, se integrará la información sobre la cuenta que haya publicado el tweet seleccionado (número de seguidores, edad, etc.), así como datos de *engagement* (*likes*, *shares*, etc.).

También, se realizará una auditoría de cada cuenta que publicó el tweet seleccionado, para detectar bots y seguidores sospechosos, a través del sitio web <https://www.twitteraudit.com/>.

Por último, todos los resultados se contrastarán con las tendencias y posteriormente formarán parte de la interpretación general del evento político estudiado.

4.4 CONSIDERACIONES PREVIAS A LA INTERPRETACIÓN

Para la interpretación de todos los datos, resulta imprescindible la metáfora de la *urdimbre* de intertextualidades. En este sentido, se buscan tejer: 1) los textos de los conceptos teóricos previamente justificados y definidos; 2) los textos de los participantes, presentes en sus testimonios; 3) los datos visuales; 4) los datos de las consultas de archivo; 5) los resultados del procesamiento de información en *MAXQDA*; y 6) la letra del investigador, que corresponde a su interpretación, la cual teje los hilos mencionados.

Tal interpretación parte de los principios etnográficos, y se distancia de posturas pragmáticas como la de Coffey y Atkinson, las cuales restan importancia a la teoría (Coffey & Atkinson, 2005). En contraste, se siguen las directrices de Eduardo Restrepo o Sarah Pink, quienes orientan al análisis teórico de los datos, la organización sistemática de la información y la construcción de una redacción coherente en función de los objetivos y las preguntas de la investigación (Restrepo, 2016; Pink, 2019).

Por tanto, se busca articular la teoría y la interpretación de los datos de forma equilibrada: “*La escritura etnográfica es el resultado de un largo proceso de destilación de los materiales obtenidos en el trabajo de campo, así como del bagaje teórico que subyace al problema de investigación*” (Restrepo, 2016; 67).

Para lograr tal equilibrio, resulta útil considerar: 1) la adecuada articulación conceptual propuesta desde la construcción teórica; 2) la organización sistemática de los datos en carpetas para clasificarlos, previo a su análisis e interpretación; 3) la planeación de un esquema de redacción establecido desde el índice, el cual es susceptible de ajuste; y 4) la redacción guiada por las preguntas “¿para qué?”, “¿para quién?”, así como por el contexto de enunciación y las implicaciones políticas del estudio (Restrepo, 2016).

Por lo anterior, es necesario aclarar que este estudio está dirigido especialmente a las y los lectores interesados en el tema y la comunidad del Posgrado en Psicología Social de la Universidad Autónoma Metropolitana.

Por último, también es importante aclarar que las implicaciones políticas de este trabajo son ineludibles, debido a que se estudia directamente un evento político en la era digital. En consecuencia, el esfuerzo por mantener una posición psicosocial antes que político-partidista, forma parte del compromiso del investigador para el análisis e interpretación de los datos.

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

La Toma de Protesta no sólo se estableció en el Honorable Congreso de la Unión y la plancha del Zócalo, con la presencia de figuras públicas, simpatizantes, opositores y medios de comunicación, sino también en el espacio digital. Esta doble dimensión me permitió comprender el acontecimiento político, extendido a través de la red social X.

En el proceso en campo, realicé una intervención el día del evento, acompañada de entrevistas y la consulta por archivo. Por su parte, también hice una colecta de contenido en X, a partir de 7,795 tweets, con una selección de 1,556, la cual clasifiqué de acuerdo con la construcción teórica, guiándome por las tendencias del 1 de octubre del 2024 que también orientaron la colecta y observación participante digital. De esta manera, las 35 tendencias sirvieron para delimitar la búsqueda de información del evento dentro de la plataforma,¹⁰ como *tematización* (agenda-setting) de la Toma de Protesta en X, el día de la celebración. Cabe señalar que los tweets colectados, fueron clasificados por niveles de *engagement*, priorizando los contenidos de niveles más altos para el análisis.

Como he dicho, toda la información la organicé mediante categorías teóricas, acorde con la construcción teórica. Estas fueron: 1) hostilidad exogrupal (conflicto); 2) liderazgo y celebración; y 3) favorecimiento endogrupal. Luego, codifiqué y procesé 100 comentarios aleatorios de los tweets más destacados en MAXQDA, resultando un total de 30 tweets = 3,000 comentarios aleatorios, con el objetivo de identificar elementos de favorecimiento endogrupal u hostilidad exogrupal, y de comentarios positivos o negativos hacia los líderes de cada grupo o identidad política.

También, a cada cuenta de tweet procesado, le apliqué una auditoría en <https://www.twitteraudit.com/>, para evaluar seguidores sospechosos de ser falsos, y así profundizar en el análisis de comentarios y niveles de *engagement*. Además, recabé testimonios y datos visuales de participantes del día del evento en X, a través de las mismas publicaciones. Todo esto fue sistematizado para el análisis teórico, y guiado por el planteamiento del problema. A continuación se muestra la interpretación del evento.

5.1 PANORAMA GENERAL DEL EVENTO EL 1 DE OCTUBRE DEL 2024

Desde días antes del 1 de octubre, la atmósfera en torno a la Toma de Protesta tomó protagonismo en el escenario político mexicano. Los preparativos y movilizaciones formaron parte del evento político, desde momentos antes de su realización.

¹⁰ La búsqueda se realizó desde el buscador de X, en la cuenta institucional del investigador, en el intervalo 01-10-24.

Por un lado, previo al día de la celebración, se gestionaron acuerdos de paz a cargo del diputado morenista Ricardo Monreal, con el objetivo de contener cualquier conato de enfrentamiento durante el evento, dentro del Palacio Legislativo. En su declaración, dijo:

‘...el acuerdo lo habíamos firmado hace varios días ¿este?, pero por fortuna no hubo pancartas, no hubo gritos, no hubo insultos. Incluso los discursos, Joaquín, fueron bastantes razonables, claro, cada uno en su papel, la oposición tiene que actuar como eso’ (Diputado Ricardo Monreal del partido MORENA en entrevista con Grupo Radio Fórmula el 1 de octubre del 2024 a las 02:30 p.m.).

Acorde con esto, días antes, se desplegaron operativos de seguridad en los alrededores de la Ciudad de México. Se instalaron vallas metálicas que delinearon los perímetros de acceso por la Av. Honorable Congreso de la Unión y la Calle Zapata. Así pues, la presencia de los elementos de seguridad no sólo tuvo una función operativa, sino que formaron parte de la atmósfera, en la contención y seguridad, como una parte del escenario ritualizado, donde lo cotidiano cedió al festejo.

Por otra parte, grupos simpatizantes comenzaron a llegar al Zócalo, desde varias partes del país, en camiones, metro u otros transportes. También, grupos de oposición en manifestación arribaron a los alrededores de San Lázaro, formados en su mayoría por trabajadores del Poder Judicial de distintas entidades federativas. Desde días antes, estos grupos habían comenzado a hacer protestas contra el *Plan C*, impulsado por el oficialismo, que tendría continuidad con el mandato presidencial de Claudia Sheinbaum.

Ya en las primeras horas del 1 de octubre, el flujo de personas comenzó a ocupar los distintos espacios, es decir, personas que no sólo eran espectadores del cambio de poder, sino participantes del evento.

Así, el acontecimiento comenzó a extenderse en distintos puntos, entre asistentes presentes y remotos, simpatizantes u opositores. Los alrededores del recinto legislativo y la plancha del Zócalo se convirtieron en espacios compartidos, envueltos en despedidas, emociones, esperanzas, bienvenidas y posicionamientos políticos. También la interacción entre las personas y los símbolos, se desplegaron como parte de la misma escena, entre vestimentas, porras, consignas, muñecos, carteles, brazaletes, banderas y pancartas.

Paralelamente, en X comenzaron a circular publicaciones en texto, foto, video y transmisiones en vivo, que documentaron los primeros momentos del evento. Así, opiniones y elogios no tardaron en aparecer, entre simpatizantes y opositores que participaron con sus publicaciones, *likes* y comentarios. Así se estableció el evento digital.

Por su parte, en los alrededores de las residencias del presidente saliente y de la presidenta entrante, comenzaron a acumularse simpatizantes del oficialismo. En estos lugares se reunieron grupos que, entre consignas, porras y apoyos, buscaron presenciar el momento de transición en cercanía con sus líderes políticos.

Así, personas de todas las edades —adultos mayores, jóvenes e incluso niños— formaron grupos interaccionales que se reunieron frente a cada residencia. Las expectativas fueron compartidas: captar el momento preciso de las salidas. Con *smartphones*, miradas y porras, los simpatizantes captaron fotos, videos y *streaming*.

Un poco más temprano, entre las 06:00 y las 07:00 a.m., habían iniciado a llegar simpatizantes al Zócalo y el Palacio Legislativo. A su vez, sobre Av. Fray Servando Teresa de Mier en cruce con H. Congreso de la Unión, también habían comenzado a arribar agrupaciones opositoras, principalmente trabajadores del Poder Judicial.

La presencia de ambas identidades fue simultánea, de simpatizantes y opositores. Cada una marcó la tensión política en la dimensión material del evento, lo que anticipó el contraste con los tweets y trends que más tarde circularon en X.

Los registros diseminados en esta red social, no sólo mostraron la ocupación física del espacio, sino el clima político del contexto, que fue dibujándose paulatinamente, con el paso de las horas, a través de tweets, videos, *streamings* y hashtags en tendencia como *#HastaSiemprePresidente*, *#TomaDeProtesta* o *#Presidenta*.

Horas más tarde, alrededor de las 10:00 a.m., Obrador y Sheinbaum salieron de sus residencias, rodeados de una densa nube de cámaras, *smartphones* y drones.

De esta forma, reporteros, fotógrafos y simpatizantes, formaron el paisaje mediático y político desde el inicio. Frente a la casa del presidente saliente se escuchaba: “*¡Es un honor estar con Obrador!*”, como porra coreada por los grupos simpatizantes.



IMAGEN 1. “*Salida de Obrador*”. En X @Milenio IMAGEN 2. “*Salida de Sheinbaum*”. En X @Milenio

De manera similar, en las inmediaciones de la residencia de la presidenta entrante, se repetía el coro: “*¡Es un honor estar con Claudia hoy!*”, señalando con ello la continuidad y relación con el proyecto obradorista saliente.

Al momento de la llegada de ambos personajes a la Av. H. Congreso de la Unión, ya habían transcurrido más de 60 min. desde el momento de su salida. En el acceso al recinto de celebración, a unos metros de la entrada, el ambiente se encontraba lleno de consignas. En consecuencia, los alrededores más próximos a la ceremonia oficial, fueron convertidos en escenario de celebración, lo que contrastó mucho con la formalidad del acto al interior del Palacio Legislativo.

Luego del último trayecto de llegada, a las 11:00 a.m., el presidente saliente arribó a la entrada del recinto. Descendió de un *Jetta Volkswagen* color blanco, acompañado de su esposa Beatriz Gutiérrez Müller. Luego, aún con la banda presidencial puesta, Obrador ingresó al lugar, entre gritos, aplausos y la cobertura de los medios.

Veintiséis minutos más tarde (a las 11:26 a.m.), la presidenta entrante Claudia Sheinbaum Pardo, también hizo su arribo, escoltada por su esposo y algunas compañeras suyas. Esto se registró desde múltiples ángulos que captaron el momento a través de videos, fotografías, tweets y comentarios como: “*¡Primera presidenta de México!*”.

Momentos después, cuando la nueva mandataria ingresó al palacio, destacó su vestido blanco, elaborado por Claudia Vázquez Aquino, artesana y diseñadora, que lo había confeccionado con figuras propias de los pueblos originarios mexicanos.

Por otra parte, también comenzaron a llegar figuras públicas del ámbito político, internacional y nacional. Publicaciones en X, indicaron la asistencia de representantes de 105 países y 23 organismos internacionales. En total, se registraron alrededor de 900 personas invitadas a la celebración oficial.



IMAGEN 3 y 4. “*Jil Biden y Gustavo Petro con Claudia Sheinbaum*”. De @Claudiashein en X

Así pues, entre cámaras, saludos y protocolos, se hicieron presentes líderes extranjeros como Gustavo Petro, presidente de Colombia; Miguel Díaz-Canel, de Cuba; Gabriel Boric de Chile; o representantes de gobiernos de América Latina y el Caribe. También asistió Jill Biden, primera dama en E.U., y Tie Ning, embajadora de China.

Aunado a ello, la asistencia de invitados también incluyó a figuras públicas mexicanas como Emilio Azcárraga, exdirector de Televisa; el boxeador Saúl “El Canelo” Álvarez; o líderes políticos, periodistas y personajes de cultura como Elena Poniatovska.

Ahora bien, previo a la llegada de Claudia Sheinbaum al Honorable Congreso de la Unión, diputados y senadores de los distintos partidos políticos, tomaron la palabra en el pleno, y pronunciaron discursos de aproximadamente diez minutos. Esta intervención no sólo fue una preparación al acto principal, sino una muestra de la tensión política entre las distintas identidades políticas. Algunas de estas declaraciones fueron:

‘esperamos de la presidenta, voluntad para que, con la misma rapidez con la que se aprobaron las reformas que capturaron al poder judicial y militarizaron la seguridad, se apruebe la reducción de la jornada laboral...’ (Diputada Aracely Ortega de MC, 1 de octubre del 2024, 09:16 a.m.)

‘las reformas constitucionales que impulsó el gobierno saliente, que incorporan a la Guardia Nacional a la Secretaría de la Defensa y la relativa al Poder Judicial, representan una fractura de pesos y contrapesos entre los poderes de la unión...’ (Senador Alejandro Moreno del PRI, 1 de octubre del 2024, 09:24 a.m.)

‘Si queremos un gobierno fuerte, los contrapesos tienen que ser fuertes. La historia se repite para quien no quiere aprender de ella. En México no hay cabida para caudillos ni para maximatos. No queremos una presidenta tutelada. La fuerza del voto se expresó en las urnas, y nos ha enseñado una vez más que en democracia nadie gana todo y tampoco nadie pierde para siempre.’ (Senadora Guadalupe Murguía del PAN, 1 de octubre del 2024, 10:01 a.m.)

‘nuestro proyecto nació pa’ combatir el modelo neoliberal y el 1 de junio del 2018 llegamos al poder con Andres Manuel López Obrador pa’ transformar ese modelo. Por eso sostenemos que el PT no se equivocó. Hoy despedimos al presidente de la república más honesto, más transparente, más congruente...’ (Diputado Reginaldo Sandoval del PT, 1 de octubre del 2024, 09:36 a.m.)

‘Hoy comenzamos a escribir una nueva página en nuestra historia nacional, porque por primera vez en 200 años de nuestra república, una mujer ocupará la presidencia de México. Este acontecimiento inigualable nos emociona, nos entusiasma y nos llena de orgullo.’ (Diputado Manuel Velasco del PV, 1 de octubre del 2024, 09:45 a.m.)

Cada discurso permitió comprender con claridad los distintos posicionamientos e identidades políticas del momento. Cada declaración fue congruente con la línea ideológica de cada facción, que mostró mejor los límites entre simpatizantes y opositores.

Posteriormente, se dio la bienvenida a las dos figuras centrales de la celebración: el presidente saliente y la presidenta entrante. Ambos avanzaron en distintos momentos por los pasillos del recinto oficial, rodeados por militantes de sus partidos, que se aproximaban para saludarles o para tomarse fotografías o videos con sus *smartphones*.

Algunas de las presencias que más llamaron la atención con su llegada al lugar, fue la de la presidenta de la Suprema Corte, Norma Piña, y la presidenta de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, Ifigenia Martínez. Su aparición fue captada y comentada desde distintos ángulos en la plataforma X, no solo por la relevancia institucional de ambas, sino por la importancia simbólica de sus presencias en el evento.

Así pues, luego de la preparación, Ifigenia Martínez dio inicio al protocolo oficial para la transición de poder, acto que se desarrolló en tres tiempos: primero el juramento ante el Congreso de la Unión; enseguida, la entrega de la banda presidencial; y finalmente, el primer discurso de Claudia Sheinbaum Pardo como primera presidenta de México. Antes bien, la presidenta de la Cámara de Diputados, abrió la secuencia ritual con las siguientes palabras:

‘En este acto de conformidad con lo que establece el artículo 87 constitucional, la doctora Claudia Sheinbaum Pardo, rendirá protesta como presidenta de la república ante el Congreso de la Unión.’ (Ifigenia Martínez en el Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024 a las 11:31 a.m.)

Justo después de esto, el recinto se llenó de porras y entusiasmo. Gritos al unísono de “¡Presidenta!” se repetían. Mientras tanto, la cobertura a través de distintas redes sociales, permitió que la gente en los alrededores participara en el ritual dentro del espacio digital. En consecuencia, los simpatizantes formaron parte de los sucesos con sus visualizaciones, *likes*, comentarios y tweets.

Ahora bien, una vez completado el protocolo oficial, Claudia Sheinbaum realizó su juramento constitucional ante el Congreso de la Unión, formalizando su investidura como primera mujer presidenta de los Estados Unidos Mexicanos. Este acto representó un hecho histórico, dado el trasfondo patriarcal del presidencialismo mexicano, que

durante más de un siglo excluyó a las mujeres del derecho a ocupar este cargo público, tal como sucedió con el derecho al voto u otros cargos públicos dentro del gobierno.



IMAGEN 5 y 6. “Entrega de la banda presidencial”. De @juanbaaq en X

Una vez recibida la banda presidencial, dio inicio formal a su mandato como primera mujer presidenta de los Estados Unidos Mexicanos. Esto fue acompañado por aplausos, porras y una atención que atravesó todo el recinto. Una vez investida, Claudia Sheinbaum se dirigió al pleno para pronunciar su primer discurso como presidenta:

‘Soy madre, abuela, científica y mujer de fé. Y a partir de hoy, por voluntad del pueblo de México, la presidenta constitucional de los Estados Unidos Mexicanos...’ (Fragmento del primer discurso de Claudia Sheinbaum Pardo en el pleno del Palacio Legislativo a las 12:10 a.m.)

De pie, frente a los legisladores, invitados y mandatarios extranjeros, la nueva presidenta pronunció su discurso. En su mensaje, destacaron dos ejes: el compromiso con la continuidad del proyecto iniciado durante el sexenio de Obrador, pero también la reivindicación histórica de su llegada al poder como la primera mujer en ocupar el cargo.

También, en su discurso, Sheinbaum abordó varios temas, como la reforma al Poder Judicial, el reconocimiento de los derechos de los pueblos originarios, los compromisos en materia de seguridad, la austeridad republicana, los programas sociales, las instituciones de salud, educación, tecnología y justicia, el cuidado ambiental, etc.

Paralelamente, en X, fragmentos de este discurso recién pronunciado comenzaron a circular, acompañados de hashtags, tweets y reacciones de todo tipo.

Al concluir su primer discurso, la nueva presidenta salió del recinto rumbo al Palacio Nacional, a las 12:40. En su trayecto, simpatizantes la esperaban en las calles y avenidas, ondeando banderas, cantando porras o sosteniendo sus dispositivos digitales.

Minutos más tarde, a las 12:59 p.m., ya en la plancha del Zócalo, una multitud congregada desde antes, esperaba la llegada de Sheinbaum entre *performances* y actos artísticos. Tras ingresar a Palacio Nacional, la mandataria sostuvo un encuentro con diversos gobernantes internacionales. Como parte del protocolo, compartió una comida y realizó un saludo individual con cada uno de ellos, el cual fue registrado fotográficamente.

Luego, tras un tiempo de espera, alrededor de las 04:00 p.m., Claudia Sheinbaum salió finalmente al templete, instalado frente al Palacio Nacional. Este momento también fue viralizado en X, pero en forma de contenido con el hashtag #Zócalo.

Tras su segunda aparición, comenzaron a escucharse nombres de pueblos originarios. En total, se reconoció la presencia de 70 pueblos indígenas y afromexicanos, cuyos orígenes fueron nombrados uno a uno. Entre estos destacaron las comunidades de mepá, purépechas, choles, totonacas, otomíes, mixtecos, tzotziles, zapotecos, celtales, mayas, tojolabales, mexicas, náhuatl, cascanes, cocas, mté, pirindas y mascogos.

Este segundo acto, llegó a toda la masa de simpatizantes reunidos en el Zócalo, a través de las pantallas y bocinas colocadas en varios puntos. De esta forma, se llevó a cabo el segundo acto ritual del día, encabezado por las representantes de pueblos indígenas y afromexicanos, que culminó con la entrega del bastón de mando a Sheinbaum.

Finalmente, a las 04:40 p.m., la nueva mandataria tomó el micrófono, esta vez desde el templete frente al Palacio Nacional y en compañía de la masa de simpatizantes. Con porras de “¡Es un honor estar con Claudia hoy!” o “¡Presidenta!”, la nueva presidenta pronunció su segundo discurso. Luego, Sheinbaum agradeció la entrega del bastón de mando, y enseguida planteó 100 compromisos de su gobierno con toda la población mexicana. Por último, las 05:55 p.m., la nueva mandataria se despidió para ingresar al Palacio Nacional en compañía de su esposo.

5.2 LOS GRUPOS DURANTE EL EVENTO

A partir del panorama general del evento, me fue posible identificar los distintos grupos que participaron en el. En este sentido, el vínculo entre la construcción teórica y la comprensión psicosocial, inició desde la identificación del *paradigma del grupo mínimo*, relacionado con el *proceso de categorización* que configura el favorecimiento endogrupal y la hostilidad exogrupal en contextos de competencia y conflicto intergrupal.

Esto anterior fue visible durante la celebración, en la clasificación de identidades políticas en dialéctica y confrontación, a través de la presencia o de la interacción digital

en X. Así, en el plano más general se configuraron *dos grupos categoriales*, integrados por participantes presenciales y remotos.

Como se ha aseverado, esta clasificación principal estableció el *paradigma del grupo mínimo* entre el grupo del oficialismo vs el grupo de los opositores. Antes bien, el *grupo del oficialismo*, como grupo categorial, estuvo integrado por distintos grupos interaccionales y participantes remotos, particularmente de la red social X.



IMAGEN 7. Av. Pino Suárez. De @adn40 en X



IMAGEN 8. Zócalo. DE @adn40 en X

Como puede verse en las imágenes 7 y 8, el grupo categorial del oficialismo estuvo integrado por miembros de grupos interaccionales distintos, que en conjunto formaron una masa o muchedumbre. Por tanto, sus rasgos grupales implican una cohesión débil y duración efímera —limitada al día del evento—, así como una cantidad muy grande de integrantes, el contagio emocional y una conciencia simplificada de sus metas.

Así, con cada grupo interaccional proveniente de distintas partes del país, me fue posible observar a personas vestidas con ropa de calle, sin símbolos políticos explícitos, y a otras uniformadas o portando elementos de identidad política explícitos. Tal heterogeneidad de miembros, incluyó hombres y mujeres, y a prácticamente todos los rangos de edad. Incluso, observé niños, adultos mayores y señoras con bebés en brazos.

Sin embargo, la mayor parte de los asistentes observados correspondió a personas jóvenes y adultas, simpatizantes, votantes sin militancia formal o individuos afiliados a alguno de los partidos MORENA, PT o PVEM. También, destacaron miembros de distintos sectores: campesinos, feministas, obreros, comerciantes, sindicalistas, etc. Algunos de ellos llevaron banderas con el nombre de su lugar de procedencia como Ixtapaluca, Tlaxcala, Ecatepec, Texcoco, Guerrero, etc.

Por su parte, en cuanto al *grupo de los opositores*, también estuvo integrado por participantes presenciales y remotos. Antes bien, en la materialidad pude identificar

principalmente tres puntos de concentración de estos agrupamientos opositores: en los alrededores de San Lázaro a la altura de Av. Fray Servando Teresa de Mier, dentro del Palacio Legislativo y en el trayecto por Av. Reforma que va del Monumento a la Revolución al Ángel de la Independencia, donde se realizó una marcha desde antes de las diez de la mañana, el 1 de octubre del 2024, como se puede observar en la Imagen 9.



IMAGEN 9. *Ángel de la Independencia.*
De @LuciaGons3 en X



IMAGEN 10. *Palacio Legislativo.*
De @srcarlostochtli en X

En cada uno de estos puntos, observé grupos con características propias de bandas o agrupamientos, con una cohesión medianamente débil y una duración un poco más prolongada que las muchedumbres o masas, de algunas semanas o meses, debido a que la mayoría eran trabajadores del Poder Judicial que habían comenzado a manifestarse desde por lo menos treinta días antes, en contra la reforma recién aprobada por el oficialismo.

Cabe destacar que, estos agrupamientos interaccionales que formaron una parte del *grupo categorial de los opositores*, estuvieron integrados por un número menor de miembros, en comparación con las masas de los simpatizantes del oficialismo. En este sentido, los agrupamientos opositores reflejaron un nivel intermedio de conciencia de sus metas, como se detalla más adelante en relación con el liderazgo, así como formas de resistencia pasiva, con intervenciones contra el desarrollo del evento.

En cuanto a la dimensión digital, específicamente los participantes en X también mostraron rasgos de identidad grupal, a través de sus perfiles (como se muestra en las imágenes 11 y 12), o con sus comentarios en *priming*. Cada uno se pudo clasificar en uno de los dos grupos categoriales por identidad, es decir, con o sin interacción cara a cara.

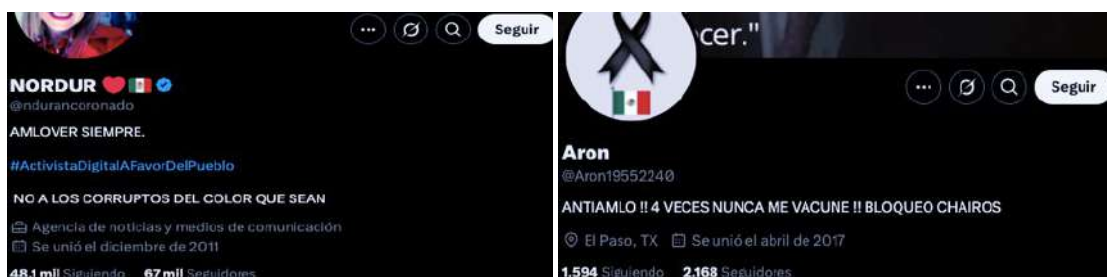


IMAGEN 11 y 12. Cuenta @ndurancoronado y @Aron19552240 en X. Captura de pantalla de la red X.

Como se observa en las imágenes 11 y 12, varios perfiles expresaron abiertamente su identidad política durante el evento. Algunos con la alusión a líderes políticos —en apoyo o rechazo—; otros en el uso de símbolos de luto para protestar por los cambios en las instituciones judiciales; y otros tantos con referencias hostiles hacia el exogrupo.

Finalmente, cabe destacar que la formación de los dos grupos categoriales (simpatizantes y opositores), no sólo estableció el *paradigma del grupo mínimo* durante el evento. Más aún, tal paradigma implicó a los procesos cognitivos de categorización y atribución social, como funciones psíquicas que permitieron distinguir a cada individuo entre el grupo al que pertenecía (endogrupo) y el grupo alter al que no pertenecía (exogrupo). Asimismo, los dos grupos hicieron patente la relación dialéctica del devenir político mexicano.

5.3 LAS IDENTIDADES Y EL FAVORECIMIENTO ENDOGRUPAL

Durante la Toma de Protesta, los integrantes de cada grupo categorial mostraron rasgos de identidad en sus vestimentas, consignas, testimonios y contenidos dentro de X. Cada elemento me permitió profundizar en la comprensión del *paradigma del grupo mínimo*, al evidenciar las diferencias identitarias entre simpatizantes y opositores del oficialismo.

De esta forma, también pude comprender la identidad grupal a partir de las creencias y valores presentes en los testimonios de los participantes. Igualmente, el favorecimiento endogrupal se mostró en las creencias grupales, en cada ocasión que los miembros dieron mayor valor a su grupo y desfavorecieron al grupo contrario/alter.

Respecto al grupo de los **simpatizantes**, los datos mostraron: 1) porras y consignas; 2) creencias; 3) tendencias de X; 4) fotografías; y 5) tweets de X.

En cuanto a las porras y consignas registradas, éstas aludieron principalmente a los líderes, a la continuación del gobierno saliente y a Claudia Sheinbaum como primera mujer presidente. En los alrededores de San Lázaro y el Zócalo, los gritos de “*¡Es un honor estar con Obrador!*” fueron paulatinamente reemplazados por los de “*¡Es un honor estar con Claudia hoy!*”, como expresión del relevo presidencial.

También, desde los primeros momentos, se escuchó la consigna “¡Presidenta!”, que destacó el carácter histórico de la investidura presidencial, en el uso de la letra ‘a’ por referencia a la mujer.

Ahora bien, en lo que toca a los testimonios recabados, diversos participantes compartieron creencias sobre su identidad política. Uno de los temas recurrentes fue precisamente la llegada de Claudia Sheinbaum Pardo como primer mujer en ocupar el cargo de presidente, que fue descrito por sus simpatizantes como un hecho histórico:

‘Un logro bien grande, oiga. A una de mujer, la primera mujer presidenta. Bien padre, osea, hace muchas cosas por uno las mujeres ¿no? Bueno, por todos. En sí, en sí, por todo. Pero sí es un orgullo bien grande, y estar aquí, ps’ más, de poder estar aquí con ella. Con ella, en sentido figurado, aquí estamos, este, echándole porras...’ (Participante 1 en el Zócalo capitalino el 1 de octubre del 2024).

‘Estamos muy contentas porque llega por primera vez una presidenta, y va a ser la continuación de lo que inició Obrador.’ (Participante 19 en los alrededores del Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024).

Aunado a ello, otros testimonios sobre identidad grupal del oficialismo, mostraron valores y creencias sobre el origen étnico o el estatus social, tal como se ve enseguida:

‘La ideología criolla occidental es la que ha dominado ¿no? La que uno conoce como el ‘fifi’ o ‘el fresa’ es una corriente ideológica europea, por gente o por mexicanos de carga genética europea significativa. Es bueno tener líderes que tengan mayor carga genética nativa y que tengan una ideología ¿eh? conectada con los ancestros, con nuestra cultura prehispánica, y sobre todo por un fervor y creencia de reivindicar la etnia...’ (Participante 8 en los alrededores del Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024).

‘queremos que siga todo esto, como hasta ahorita ha llegado él y la presidenta Claudia, que continúe igual, con nosotros, que nos siga apoyando como campesinos, como sembradores de sembrando vida, sí señor...’ (Participante 3 en el Zócalo capitalino el 1 de octubre del 2024)

Como puede constatarse en cada uno de estos testimonios, la identidad grupal de los simpatizantes del oficialismo apareció ligada a los líderes Sheinbaum y Obrador. Estos dos personajes, juntos con el debate sobre la primera presidente mujer y la reforma al Poder Judicial, se mencionaron recurrentemente entre los testimonios.

En cuanto a los los datos visuales, me permitieron ver la identidad y el favorecimiento endogrupal entre simpatizantes. Estos aludían generalmente a los líderes en objetos o pancartas, aunque también destacaron elemento de vestimenta, como gorras guinda y blanco con el nombre del partido MORENA u otro de la misma coalición.



IMAGEN 13. *Simpatizantes 1.*
@Alejandro_ALJ en X



IMAGEN 14. *Simpatizantes 2.*
@MorenaSenadores en X

También pude observar mantas y carteles en apoyo a los líderes, con mensajes de celebración sobre la nueva mandataria, primera mujer en ocupar el cargo, que fue descrito como un logro en los testimonios de los simpatizantes.

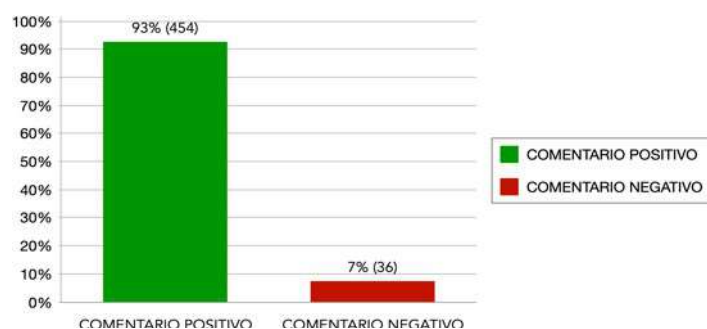
Igualmente, observé pancartas que aludían al lugar de procedencia de los grupos. Aunado a ello, muñecos, banderas, dirigibles y prendas con símbolos de los líderes, conformaron la identidad y el favorecimiento hacia el oficialismo en la materialidad.

Simultáneamente, en la dimensión digital dentro de la plataforma X, se formaron tendencias con los hashtags *#HastaSiemprePresidente*, *#PresidentaDeMéxico* o *#EsTiempoDeMujeres*. Cada uno de estos fue utilizado para posicionar temas durante el evento. Además, a partir de estas tendencias, pude clasificar distintas publicaciones de tweets con un *framing* (+) positivo, es decir, orientado al favorecimiento endogrupal del grupo categorial del oficialismo, tal como el ejemplo que se muestra a continuación:



IMAGEN 15. *Tweet con framing de favorecimiento hacia el oficialismo.* De @rosaicela_ en X

A partir de 5 tweets con *framing* (+) de favorecimiento hacia el oficialismo y mejores niveles de *engagement* —de más mil *likes* y 100 comentarios—, logré identificar puntos de saturación en las cajas de comentarios. No obstante, el favorecimiento sólo me fue posible encontrarlo en publicaciones excepcionales, en los tweets de @rosaicela_, una simpatizante del oficialismo. De esta forma, procesé 100 comentarios aleatorios por cada tweet seleccionado. En la clasificación, los resultados fueron los siguientes:



GRÁFICA 1. COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS A 5 TWEETS. De @rosaicela_

Esta tendencia hacia los comentarios positivos dentro de las cajas de comentarios de los tweets de @rosaicela_, me permitieron ver cómo se estableció el favorecimiento hacia el oficialismo dentro de X, durante el evento. Empero, es importante destacar que en el resto de los tweets o publicaciones de favorecimiento que revisé, la tendencia fue hacia el comentario negativo en sus cajas, como se mostrará más adelante. A modo de ejemplo, a continuación se muestran dos comentarios positivos, que predominaron entre los comentarios de los tweets de la cuenta @rosaicela_, el 1 de octubre del 2024:



IMAGEN 16. Dos comentarios positivos hacia el oficialismo. De un tweet de @rosaicela_ en X

De acuerdo con los resultados, el día del evento, los tweets de @rosaicela_ mostraron un predominio superior al 90% de comentarios positivos (+). No obstante, estos tweets fueron una excepción, debido a que el patrón en el resto de las publicaciones con *framing* (+) a favor del oficialismo que fueron procesados y analizados en MAXQDA, la tendencia fue hacia el comentario negativo. Debido a esto, es importante destacar que el predominio de comentarios positivos hacia el oficialismo en los tweets de @rosaicela_, no sucedió en todos los casos, sólo en esta cuenta específica. Empero, los resultados permitieron abrir un punto de reflexión y análisis sobre cómo se establece el favorecimiento hacia el grupo categorial del oficialismo en las cajas de comentarios.

Ahora bien, debido a la irregularidad en los tweets de @rosaicela_, tuve que considerar el uso de *cuentas automatizadas* o *bots*, en el tipo de seguidores. Para ello, decidí auditar la cuenta de @rosaicela_. Esto mostró una cantidad de seguidores con calificación mala del 40.4%, y malos/falsos del 5.1% (todas las gráficas de auditorías se pueden ver en los ANEXOS pág 154).



GRÁFICA 2. AUDITORÍA DE CUENTAS AUTOMATIZADAS BOTS. De @rosaicela_

Estos resultados sugirieron que la saturación de comentarios positivos en los tweets de @rosaicela_ se debió a los tres factores: el uso de cuentas automatizadas *bots*, el tipo de seguidores —posiblemente simpatizantes en su mayoría— y la gestión del algoritmo.

En cuanto al favorecimiento e identidad de los *opositores*, los datos mostraron también: 1) consignas; 2) creencias; 3) tendencias de X; 4) fotografías; y 5) tweets de X. Cada dato me permitió profundizar en la comprensión de su identidad política.

Al respecto de sus principales porras, observé consignas como: “¡Diálogo con Claudia!”, “¡Nosotros conciliamos, no polarizamos!”, “¡El poder judicial está de pie!” o “¡Sin el poder judicial, quién te va a amparar!”. Cada una fue coherente con los testimonios de los agrupamientos integrados por los trabajadores del Poder Judicial que se manifestaron durante el evento contra la reforma constitucional a tal institución.

En cuanto a los testimonios, también se posicionaron respecto al lugar de la mujer con la llegada de Claudia Sheinbaum a la presidencia, pero desde una perspectiva opuesta a la de los simpatizantes. Los testimonios mostraron reclamos y hostilidad contra la nueva mandataria, por una supuesta subordinación con el expresidente Obrador. Aseveraron:

‘Es una mujer la que ahora mismo tiene que representarnos a todas, incluso a las que no compartimos su proyecto político, y eso es un gran reto para ella. Vamos a estar al pendiente (...) necesitamos que ella rompa, rompa ese pacto patriarcal...’ (Opositor 5 en los alrededores del Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024).

Como puede verse, el lugar de la mujer fue para los opositores, un punto de reclamo dirigido hacia la presidenta entrante y el presidente saliente. Esta hostilidad se manifestó en los testimonios, en los discursos de los senadores en el pleno, y en el contenido de X el día del evento. En particular, las expresiones hostiles contra Sheinbaum y Obrador, denunciaban un supuesto pacto patriarcal entre ambos, es decir, una relación de subordinación de la nueva mandataria con el presidente saliente. Esto se mostrará con

detalle más adelante, debido a que formó parte de las manifestaciones de violencia y hostilidad durante el evento.

Del mismo modo, en los testimonios se hizo alusión a las preocupaciones por los derechos y puestos laborales dentro del Poder Judicial, luego de la reforma aprobada:

‘con esta reforma, pues, más de mil titulares seremos destituidas, sin importar lo que hubo detrás de nuestras historias...’ (Opositor 6 en los alrededores del Monumento a la Revolución, el 1 de octubre del 2024).

‘Es muy importante para los trabajadores que se establezca el diálogo. Los trabajadores tiene preocupación, ya no sólo por la carrera judicial, sino también por el tema de sus prestaciones, por sus derechos laborales...’ (Opositor 2 en los alrededores del Monumento a la Revolución, el 1 de octubre del 2024).

En conjunto, testimonios y consignas, me permitieron ahondar en la comprensión de la identidad de los opositores. Esto se complementó con los registros fotográficos de X. Cada uno mostró distintos agrupamientos opositores: en los alrededores de San Lázaro, Av. Fray Servando, Palacio Legislativo o en el Ángel de la Independencia.

En cuanto a sus vestimentas y objetos de identidad, observé disfraces de muertos, gorras y playeras con el mensaje “I♥ PJF”, o alguno otro relativo al Poder Judicial. Asimismo, distintos disfraces de los opositores buscaron representar el luto, como reclamo a una supuesta “muerte de la justicia” en el país, tras la reforma recién aprobada. Acorde con esto, un día antes, opositores montaron una ofrenda al PJF.



IMAGEN 17. *Opositores 1.* De @IsidroMZ en X.



IMAGEN 18. *Opositores 2.* De @jufed_org en X

Mientras tanto, en X, varios opositores colocaron mensajes o símbolos de luto en la descripción de sus perfiles, como se ve en la imagen 12.

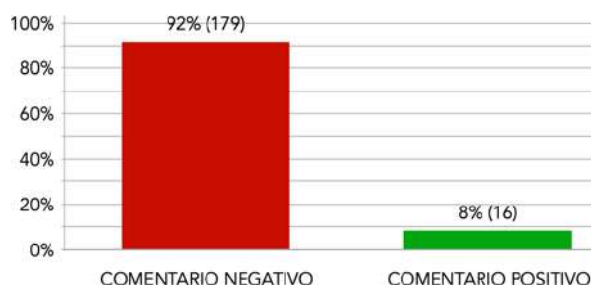
A su vez, las tendencias que aludieron a los opositores durante el evento, fueron: *SCJN*, *PJF*, *Norma Piña* y *Poder Judicial*. A partir de estas, seleccioné 5 tweets con un

framing (+) en apoyo a los agrupamientos opositores, y mejores niveles de *engagement*. A continuación se muestra uno de estos tweets seleccionados para el análisis:



IMAGEN 19. *Tweet a favor de opositores*. De @MLopezSanMartin en X

De los 5 tweets (+) a favor de los opositores, procesé todos los comentarios, resultando un total de 205, clasificados en positivos/negativos. El resultado fue:



GRÁFICA 3. TOTAL DE COMENTARIOS EN 5 TWEETS DE OPOSITORES

Como puede verse en la Gráfica 3, en mucho menor grado aparecieron comentarios positivos en estas publicaciones. Dos ejemplos de estos comentarios se muestra a continuación:

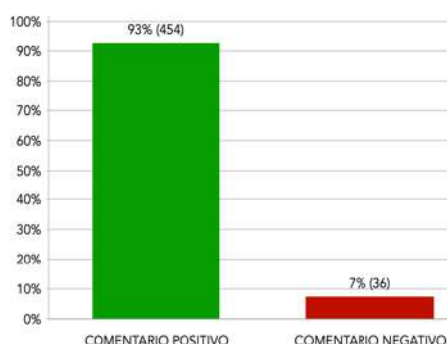


IMAGEN 20. *Comentarios positivos hacia opositores*. De @MLopezSanMartin en X

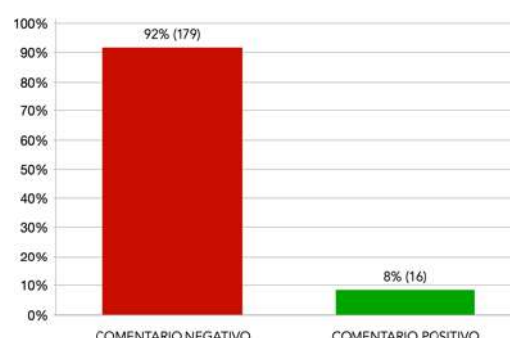
Sin duda, el predominio de comentarios negativos, y las escasas publicaciones de tweets con *framing* (+) positivo hacia los opositores, fue un patrón durante la observación participante digital de todas las publicaciones revisadas. Esto muestra el poco favorecimiento hacia los opositores dentro de la red X el día del evento.

Aunado a todo esto, luego de la auditoría a los seguidores de las cuentas que publicaron los 5 tweets seleccionados, los resultados mostraron un predominio de seguidores bien calificados, lo cual confirmó que la tendencia hacia el comentario negativo hacia los opositores era un patrón confiable, es decir, los comentarios corresponden a un *priming* de participantes remotos genuinos, no *bots*.

Finalmente, para concluir esta parte del análisis sobre el favorecimiento endogrupal en simpatizantes y opositores del oficialismo en X, hice una comparación de comentarios positivos/negativos de todos estos tweets procesados: 10 tweets en total = 1,000 comentarios. De esta manera, como se muestra en las siguientes gráficas, en las publicaciones a favor del oficialismo predominó el comentario positivo; mientras que en los de la oposición se concentró el comentario negativo.



GRÁFICA 4. TOTAL DE COMENTARIOS (OFI)



GRÁFICA 5. TOTAL DE COMENTARIOS (OPO)

Cabe destacar que, en esta parte del análisis no registré ninguna cuenta con publicación de tweets a favor de la oposición, con predominio de comentarios positivos, como sí sucedió con la irregularidad de la cuenta *@rosaicela_* a favor del oficialismo.

En síntesis, los resultados sobre el favorecimiento endogrupal se reflejó en patrones de saturación definidos, en las publicaciones más destacadas a favor del oficialismo y a favor de los opositores. En los 5 tweets de *@rosaicela_*, con *framing* (+) predominó el comentario positivo hacia oficialismo, mostrando un claro favorecimiento endogrupal aunque con irregularidades importantes entre sus seguidores que publican los comentarios. En contraste, en los 5 tweets con *framing* positivo (+) para la oposición, sobresalieron los comentarios negativos y un escaso favorecimiento endogrupal, con auditorías bien calificadas, tal como la cuenta *@MlopezSanMartin*, lo que significa que el predominio de la hostilidad hacia los opositores en los comentarios fue genuina.

Cabe destacar que los niveles de *engagement* de todos los tweets a favor de la oposición fueron menores y escasos, en comparación con los tweets a favor del

Por último, para profundizar el análisis sobre el favorecimiento endogrupal en X durante el evento, inspeccioné la saturación de las palabras en los comentarios a través de gráficas de nubes, en los 10 tweets con mejores niveles de *engagement*: 5 a favor del oficialismo y 5 a favor de los opositores. Esto mostró las palabras de mayor frecuencia en cada caso:



En contraste, de acuerdo con la gráfica 7 en los comentarios de los 5 tweets a favor de la oposición, sobresalieron palabras como “*trabajar*”, “*huevón*”, “*corrupto*”, “*porro*” y “*parásito*”, las cuales se emplearon para rechazar a los opositores en X.

Durante la celebración, Claudia Sheinbaum se posicionó como la principal líder. Sin embargo, también estuvieron presentes otras figuras importantes. Por ejemplo, dentro del oficialismo, Obrador destacó como un segundo líder y referente en el proceso de transición presidencial. Por su parte, Norma Piña y Patricia Aguayo, asumieron roles de líderes de oposición durante el evento.

98

‘Que siga los pasos de Andrés Manuel López Obrador, que sigamos con la cuarta transformación, eso es lo que esperamos...’ (Participante 20 en la Plancha del Zócalo, el 1 de octubre del 2024).

‘Significa algo muy importante, porque es reivindicar la lucha de las mujeres, pero no sin dejar a un lado la lucha transformadora que tuvo nuestro presidente, la revolución de las conciencias que hoy nos deja...’ (Participante 21 en los alrededores del Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024).

‘le entregamos con amor y esperanza el bastón de mando, seguros de que con su sabiduría y liderazgo, habremos de construir una nación en la que pueblos indígenas y afromexicanos tengamos un lugar justo y digno’ (Fragmento del discurso de pueblos indígenas y afromexicanos, el 1 de octubre a las 04:35 p.m.)

Aunado a esto, los registros de mi observación el día del evento, registró un predominio de simpatizantes que despidieron a Obrador en los alrededores de Palacio Legislativo; mientras que en el Zócalo, destacaron más los simpatizantes que dieron la bienvenida a Claudia Sheinbaum. Empero, en ambos espacios hubo elementos de los dos líderes: muñecos, llaveros, carteles, gorras, libros, playeras, banderas, entre otros.

A su vez, en los alrededores del Palacio Legislativo, se escuchaban gritos de “¡Obrador!” como despedida, junto con mensajes de “*Te amaré siempre*” o “*Gracias*”; mientras que en el Zócalo, los simpatizantes saludaban a la presidenta entrante, con carteles de “*Bienvenida, presidenta Claudia Sheinbaum*” o “*Juntas somos más fuertes*”.

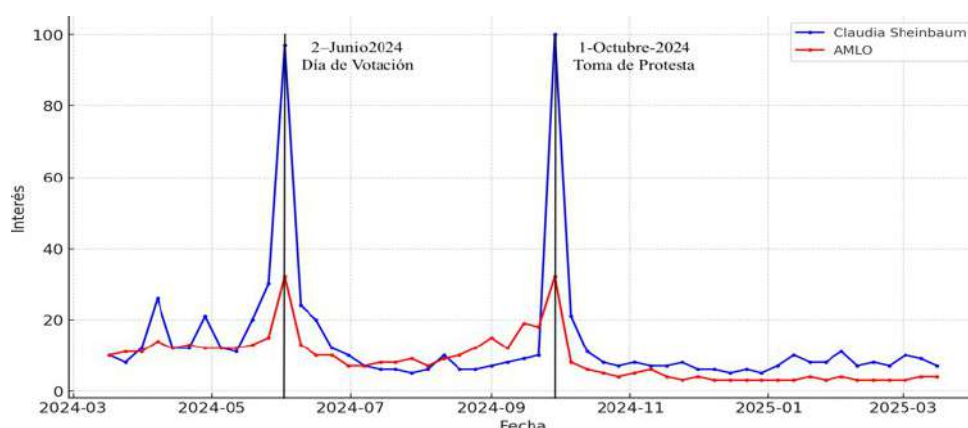


IMAGEN 21. Líderes 1. De @pulso_mx en X IMAGEN 22. Líderes 2. De @ElPaís en X

Cabe destacar que ambos líderes intervinieron en el proceso de continuidad y mantenimiento de la estructura grupal. De esta forma, el evento no sólo legitimó la sucesión presidencial, sino que consolidó el liderazgo de Claudia Sheinbaum en la identidad política del oficialismo. Empero, Obrador también destacó como líder, con rasgos del liderazgo como la metáfora del ‘gran hombre’ para sus seguidores. Esto se sustenta, de acuerdo con los testimonios mostrados, en su figura de autoridad, capacidad

de influencia y relación de poder con sus simpatizantes. No obstante, también tuvo un rol de ‘marioneta’ durante el evento, porque actuó como agente subordinado al proceso de transición del poder presidencial.

Esto último coincidió con los datos de *GoogleTrends*, mostrados en la gráfica 8, que registraron el cambio en el predominio entre la presidenta entrante y el presidente saliente a través del tiempo. Así, la consulta me permitió ver la evolución del liderazgo en el grupo del oficialismo dentro del flujo de información de *Google*.



GRÁFICA 8. COMPARACIÓN “Claudia Sheinbaum” vs “AMLO”. Elaboración en GoogleTrends.

Ahora bien, en cuanto al liderazgo de Sheinbaum, también funcionó como medio para alcanzar metas compartidas. Esto se observa en la concreción del Plan C, iniciado desde el gobierno de Obrador. También puede constatarse en el compromiso de continuar con los programas sociales. De hecho, el lugar de los simpatizantes en torno a estas metas comunes, fue un eje central en el primer discurso pronunciado por Sheinbaum:

‘La reciente reforma constitucional al Poder Judicial, que establece la elección por voto popular de jueces, magistrados y ministros, representa mayor autonomía e independencia para dicho poder. Piénsenlo solo por un momento: si el objetivo hubiera sido que la presidenta controlara la Suprema Corte, habríamos hecho una reforma al estilo Zedillo... No, eso es autoritarismo. Nosotros somos demócratas...’ (Primer Discurso Claudia Sheinbaum a las 11:50 am.)

‘Pensión universal a adultos mayores. Pensión universal a personas con discapacidad. Becas Benito Juárez para estudiantes de preparatorias públicas. Becas para estudiantes de escasos recursos. Sembrando Vida, Jóvenes Construyendo el Futuro, Producción y Pesca para el Bienestar, fertilizantes gratuitos, precios de garantía, La Escuela es Nuestra y La Clínica es Nuestra... todos seguirán ...’ (Primer Discurso Claudia Sheinbaum a las 12:00 pm.)

Asimismo, el liderazgo de Sheinbaum adquirió una relevancia histórica al convertirse en la primera mujer en asumir la presidencia de México, hecho que visibiliza la persistente opresión masculina que ha marcado el acceso de las mujeres a los espacios de poder dentro del Gobierno de México. Esta desigualdad está presente, aún durante las últimas décadas, en la ocupación mayoritariamente masculina de los cargos públicos. Por ello, como rasgo del liderazgo de Sheinbaum fue un punto en la celebración, tanto en el discurso oficial como en los testimonios:

‘hago una respetuosa invitación a que usemos el término ‘presidenta’, con “a” al final, al igual que decimos abogada, científica, soldada, bombera, doctora, maestra, ingeniera. Porque, como nos han enseñado, solo lo que se nombra existe...’ (Discurso de la presidente Sheinbaum en el Palacio Legislativo a las 12:15 pm.)

‘Para mí la toma de protesta de Claudia significa un avance para las mujeres. Es algo que, pues en mucho tiempo no nos imaginamos porque, en el 2021 todavía había gente que decía que no estábamos preparados para una mujer gobernando el país. Entonces Claudia demostró que sí se puede desde la Ciudad de México y ahora en el país yo creo que va a ser la mejor presidente que ha tenido México...’ (Participante 23 en los alrededores del Palacio Legislativo, el 1 de octubre del 2024).

‘Una historia tan importante que hemos escrito hoy en México, que por primera vez una mujer, en un país tan machista, haya llegado, es un logro inimaginable. Hicimos historia, este 2024 México escribe una historia con las mujeres...’ (Participante 25 en el Zócalo, el 1 de octubre del 2024).

No obstante, cada identidad política, del grupo categorial de simpatizantes y opositores, tomó de manera distinta el tema: las mujeres opositoras rechazaron los discursos de celebración, acusando una supuesta subordinación de Claudia Sheinbaum con López Obrador. En cambio, para los simpatizantes del oficialismo, el lugar de la mujer fue una parte central de la identidad grupal, del liderazgo y la celebración, debido al hito histórico que representó el que llegara por primera vez una mujer al cargo de presidenta del México.

No obstante, el lugar de la mujer no se puede entender sólo desde una perspectiva estructural, sino más bien en función de la identidad y posicionamiento de cada grupo categorial: entre simpatizantes vs opositores, en dialéctica. Esto se volverá a mostrar con más detalle adelante.

Por último, otros rasgos del liderazgo de Claudia Sheinbaum, fueron la gestión de sus relaciones con los simpatizantes, incluídas el cumplimiento de tareas. No obstante, es

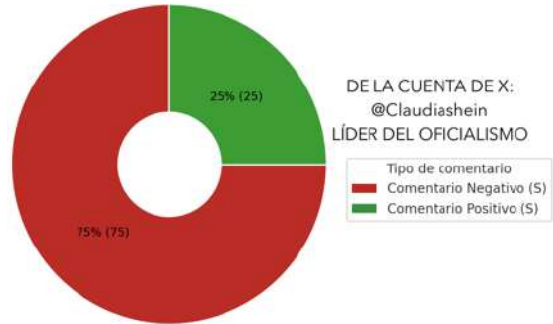
importante señalar que en la dimensión digital, los contenidos relacionados con Sheinbaum u Obrador como líderes políticos, presentaron distintos *framings* (+/-), a favor o en contra, acompañados de reacciones y comentarios distintos. No obstante, a partir de la selección de tweets, me fue posible identificar el predominio del tipo de comentarios.

Así pues, seleccioné la publicación con mejor nivel de *engagement* en ambos líderes. En ambos casos, los comentarios negativos (-) predominaron entre los comentarios hechos a estas publicaciones. Cabe destacar que este predominio corresponde al tipo de *priming* formado en los comentarios. Los tweets seleccionados, fueron:



IMAGEN 23. Mejores tweets de líderes del oficialismo. De @Claudiashein y @lopezobrador_ en X

Antes bien, en cada uno de estos dos tweets, procesé 100 comentarios aleatorios, clasificados en positivos/ negativos (+/-), para poder observar si predominó más el favorecimiento u hostilidad hacia cada líder entre los comentarios de cada publicación. En ambos casos predominó el comentario negativo (-) como se observa en las gráficas:



GRÁFICA 9. COMENTARIOS AL TWEET DE @Claudiashein



GRÁFICA 10. COMENTARIOS AL TWEET DE @lopezobrador_

Para complementar el análisis, realicé una auditoría a cada cuenta de ambos líderes, para analizar la cantidad de sus seguidores falsos o sospechosos de ser *bot*. Los resultados mostraron un predominio de seguidores mal calificados: de más del 80 % en la cuenta de la presidenta entrante, y más del 50 % en la cuenta del presidente saliente. Esto puede entenderse en que los comentarios negativos (-), están formados por cuentas automatizadas, más que por un *priming* genuino en las cajas de comentarios.

Ahora bien, debido a la mala evaluación de seguidores, extendí el análisis a otros 5 tweets, de distintos simpatizantes del oficialismo en X, con más del 50% de seguidores bien calificados. Estos fueron tomados de las cuentas @tania__rd, @catrina_nortena, @Lauentuiter, @rosaicela_ y @LuisaAlcalde. Las cinco publicaciones fueron sobre los líderes, con *framing* (+) a favor del oficialismo. También en todas estas publicaciones, se ubicó un registro de niveles de *engagement* de más de mil likes y 100 comentarios. Con excepción de los tweets de @rosaisela_, en todos los casos resultó el patrón del comentario negativo. Cabe preguntar ¿cuál fue la causa?



IMAGEN 24. Un comentario positivo hacia líderes. De @rosaisela_ en X

Los factores que consideré para valorar el predominio del comentario negativo en las publicaciones (-), fueron: 1) el uso de *bots* o cuentas mal evaluadas, para generar el predominio de comentarios positivos/negativos en cada publicación; 2) los distintos seguidores de cada cuenta que publicó el tweet; 3) la brecha digital; y 4) el algoritmo en la diseminación de cada tweet. Cabe destacar que para este último, la colecta de contenido y la selección de los mismos, partió de las tendencias del día del evento y los mejores niveles de *engagement*.

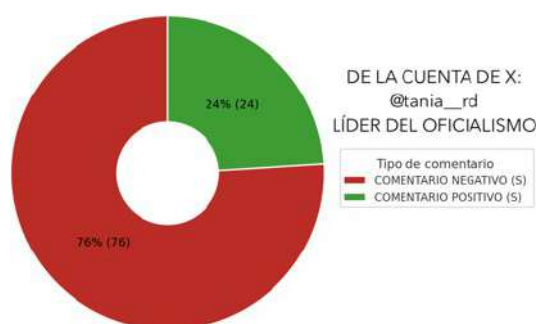
Como he dicho, para profundizar en la comprensión analicé la cantidad de seguidores mal evaluados. Estas fueron: @tania__rd y @Lauentuiter, con una evaluación positiva de más del 75% en cada caso. Cabe destacar que, en ambos, se mantuvo la tendencia al comentario negativo, en el *priming* hacia el líder del oficialismo.

Dos ejemplos de estos comentarios negativos que formaron parte del análisis son:

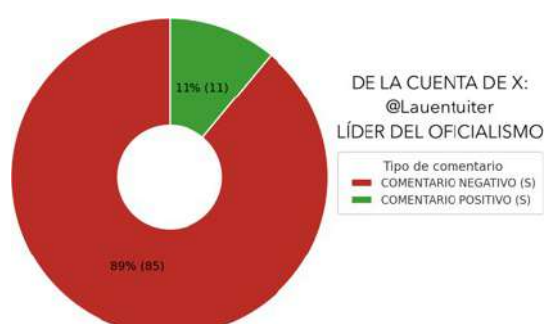


IMAGEN 25. Dos comentarios negativos hacia los líderes del oficialismo. De @tania_rd en X

Así pues, los comentarios negativos representaron el 76 % en el caso de @tania_rd y el 89 % en el caso de @Lauentuiter, tal como se muestra en las gráficas 11 y 12, a continuación. Cabe destacar que estos resultados corresponden a un *priming* genuino, debido a la evaluación positiva de sus seguidores de más del 75 %, tal como se muestra en las gráficas de auditorías en el apartado de ANEXOS del presente documento.



GRÁFICA 11. COMENTARIOS AL
TWEET DE @tania_r

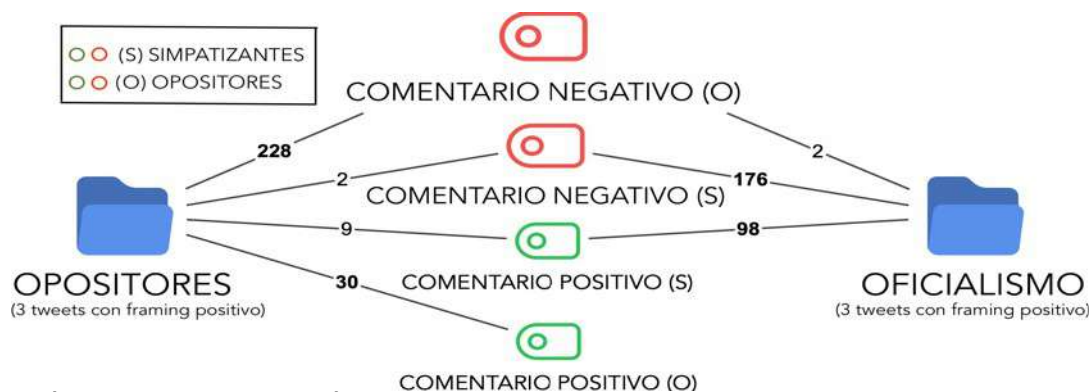


GRÁFICA 12. COMENTARIOS AL
TWEET DE @Lauentuiter

Luego de esto, volví a considerar los factores en los casos anómalos. Estos son: la intervención algorítmica; el uso de cuentas falsas; y la heterogeneidad de seguidores. Igualmente, comencé a considerar el uso de cuentas falsas para promover la hostilidad exogrupal con bots y comentarios negativos a los distintos tweets analizados, especialmente en los casos de @Claudiashein, @lopezobrador_ y @LuisaAlcalde, donde predominó el comentario negativo y seguidores con mala calificación, de más del 75%.

Ahora bien, para profundizar en la comprensión del liderazgo en X, comparé 3 tweets con *framing* (+) positivo hacia líderes del oficialismo vs 3 hacia líderes de oposición, con nivel de *engagement* similar y más del 50% de seguidores bien calificados.

Cada cuenta de cada tweet procesado, tuvo niveles de engagement de más de mil *likes* y 100 comentarios. En cada caso la tendencia fue hacia el comentario negativo (-), pese al *framing* positivo (+), como puede constatarse en la siguiente gráfica.



GRÁFICA 13. COMPARACIÓN COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS. Elaboración propia.

Cabe destacar el predominio de la mayor cantidad de comentarios negativos (-) hacia los líderes de oposición (O), 52 más que en el caso del oficialismo. También, destacaron 59 comentarios positivos (+) más, para los líderes del oficialismo (S).

Este patrón hacia el comentario hostil y negativo (-) en X, contrastó con la presencial del evento, donde hubo una mayor prevalencia de la celebración. Empero, los resultados del análisis de los comentarios fueron coherentes con el predominio de simpatizantes sobre los opositores: 230 comentarios negativos (-) hacia líderes opositores vs 178 hacia el oficialismo; y 107 positivos (+) para el oficialismo vs 39 de oposición.

Por su parte, en cuanto a los líderes de oposición, Patricia Aguayo —vocera de los trabajadores del Poder Judicial— tuvo un papel central para los agrupamientos opositores, especialmente en la dimensión material. Una de sus declaraciones se muestra enseguida:



IMAGEN 26. Patricia Aguayo en Av. Reforma. De @lasillarota en X

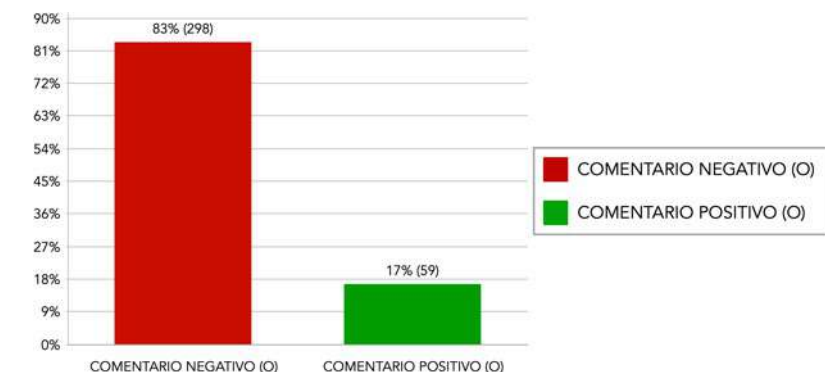
La presencia de Aguayo como líder de oposición, puede ilustrarse con sus declaraciones el día del evento a una comunicadora de oposición, a través de @GrupoFórmula. Las palabras de la trabajadora judicial fueron:

‘Mira, ya tenemos a un contingente aquí por la delegación Venustiano Carranza, y justo me estoy dirigiendo hacia allá, para reunirnos aquí a las afueras del Palacio de Justicia de San Lázaro... Hay una marcha a las nueve de la mañana, pero esa está organizada por los estudiantes de las universidades... Convocamos a las cuatro de la tarde del Monumento a la Revolución al Ángel de la Independencia...’ (Patricia Aguayo en @GrupoFórmula, el 1 octubre del 2024)

Estas declaraciones evidenciaron el liderazgo de Aguayo entre los agrupamientos opositores durante el evento, para la organización de las tareas grupales. Su rol diferenciado y función para cumplir tareas, hicieron patente su rol como líder.

Cabe señalar que ni Aguayo ni Piña (también líder de oposición de los trabajadores del PJJF), cuentan con cuentas en X, a diferencia de los líderes del oficialismo. Empero, la Piña destacó durante la celebración por su puesto dentro de la Suprema Corte, a través de esta plataforma, con las tendencias: *Norma Piña*, *Poder Judicial*, *SCJN* o *PJJF*.

Antes bien, los registros mostraron distintas publicaciones de opositores, con *framing* (+) a favor de Piña como líder de oposición. De estos, seleccioné 4 tweets con mejores niveles de *engagement*, de más de mil *likes* y 100 comentarios. Luego procesé 100 comentarios aleatorios por tweet. En todos los casos continuó el patrón negativo (-):



GRÁFICA 14. ANÁLISIS: 400 COMENTARIOS POSITIVOS/NEGATIVOS

Estos resultados representan un mayor rechazo y hostilidad hacia las publicaciones sobre Norma Piña, que comentarios positivos, como líder de oposición. Las publicaciones fueron de las cuentas de los opositores: @SLP_Today, @CarlaEUrenaAy, @lasillarota y @bereaguilarv. Todas registraron más del 75% de seguidores bien evaluados, lo que implica que los comentarios corresponden a un *priming* genuino, no producido por *bots*. Esto permitió confirmar los resultados de la tendencia hacia el comentario negativo (-) dentro de X, en este caso dirigidos hacia los líderes de oposición.

En conjunto, los resultados sugieren que los seguidores con buena reputación fueron quienes generaron la hostilidad y comentarios negativos (-) hacia los opositores. En contraste, la hostilidad y comentarios negativos (-) hacia los líderes del oficialismo provinieron principalmente de cuentas automatizadas, según muestran los resultados.

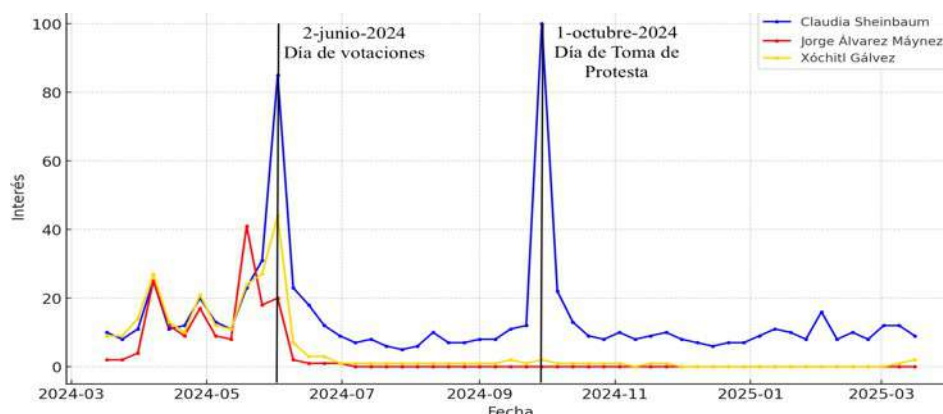
Ahora bien, en cuanto a los rasgos de Norma Piña como líder de oposición durante el evento, se encuentra su relación de poder, rol diferenciado, de autoridad y el contexto. Esto está presente en la alusión a su cargo como presidenta de la Suprema Corte de Justicia, que forma parte de la identidad de los opositores contra la reforma.

Cabe destacar que algunas de las acciones de los líderes de oposición fueron visibles en X, o en las manifestaciones de los agrupamientos dentro del Palacio Legislativo, en los alrededores de Av. Fray Servando y San Lázaro, y en la marcha del Monumento a la Revolución al Ángel de la Independencia. Algunos de las las publicaciones de X sobre liderazgo en opositores, se muestra a continuación.



IMAGEN 27. Tweet a favor de líder de oposición. De @SLP_Today en X

Por último, para concluir el análisis sobre los liderazgos durante el evento, evalué el lugar que tuvieron los excandidatos de oposición partidista, Xóchitl Gálvez y Álvarez Maynez. Para ello volví a usar la herramienta *GoogleTrends*. Los resultados fueron:



GRÁFICA 15. COMPARACIÓN “Sheinbaum” vs “Gálvez” vs “Máynez”

En síntesis, la búsqueda mostró una presencia mínima de los excandidatos en X. Así, junto con los nombres de Marcelo Ebrard, Peña Nieto, Felipe Calderón, Manuel Velasco e Ifigenia Martínez, se formaron tendencias realitvas a sus liderazgos políticos.

5.5 EL CONFLICTO DURANTE EL EVENTO

“Allí donde la guerra y la hostilidad constituyen procesos o manifestaciones de identificación segura y fácil comprobación, todo lo que no es guerra puede ser eo ipso paz, y todo el que no es enemigo puede ser eo ipso amigo. Y a la inversa: allí donde la paz y la amistad son lo lógico (...) todo lo que no sea paz puede ser guerra, y todo lo que no sea amistad puede ser enemistad.”

Carl Schmitt (1991)

Como lo señalé al inicio de este documento, la competencia por el poder presidencial ha sido el principal punto de conflicto y motivo de confrontación intergrupal, que ha rodeado la celebración de la Toma de Protesta a través del tiempo. En ocasiones, los enfrentamientos han escalado hasta la hostilidad y la violencia entre las facciones.

Antes bien, para comprender la confrontación durante el evento del 1 de octubre del 2024, es necesario entender los hechos. Por lo anterior, me fue indispensable considerar el contexto político. En consecuencia, surgieron dos preguntas: 1) ¿Cuál fue el punto de conflicto entre el grupo del oficialismo vs el grupo de los opositores?; y 2) ¿En relación a qué metas u objetivos se estableció la confrontación?

En cuanto a la primer pregunta, pude observar que el conflicto durante el evento, se estableció entre dos ‘conciencias’ contrarias, dentro del devenir político mexicano: la del oficialismo junto con sus simpatizantes, y la de sus opositores. Así, la hostilidad se centró en puntos de divergencia específicos entre ambas identidades.

Respecto a la segunda pregunta, observé que la competencia se articuló principalmente en torno al *Plan C*, concretado con la victoria del poder presidencial y la obtención de la mayoría calificada en senadurías y diputaciones por parte del oficialismo. De esta manera, la Reforma Constitucional al Poder Judicial de la Federación, fue una de las principales metas para el grupo del oficialismo y sus simpatizantes, lograda con el voto en urnas, el 2 de junio del 2024. Cabe destacar que la reforma fue aprobada un mes antes del evento de la Toma de Protesta, y entró en rigor el 16 de septiembre del 2024.

Contrario a lo anterior, el grupo categorial de los opositores buscó preservar la organización y estructura de la institución, como conservación del primer momento de la dialéctica; es decir, la consciencia independiente, el señor o la tesis en ruptura.

Por otro lado, el lugar de la mujer se convirtió en un punto de tensión, especialmente porque la llegada de Claudia Sheinbaum a la presidencia significó un hecho histórico en el devenir político mexicano, históricamente configurado por el dominio masculino y el orden patriarcal hegemónico. En este sentido, su triunfo representó un avance frente a la exclusión estructural que, durante décadas, ha restringido el acceso de las mujeres a los espacios de gobierno y poder político en México.

No obstante, para distintos opositores este hecho fue interpretado como una simulación, debido a un supuesto pacto patriarcal entre la nueva mandataria y el presidente saliente, a partir del cual se establecería un tutelaje o maximato. Estas opiniones circularon en los discursos del pleno, en el contenido difundido en X durante el evento y en las manifestaciones registradas en los alrededores.

Finalmente, el partidismo en X estuvo orientado hacia el oficialismo y los partidos: MORENA, PV y PT. Empero, por momentos, los opositores del PRI, PAN, MC y la “*Marea Rosa*”, se hicieron presentes dentro de red, durante el evento. Así, surgió la cuestión: ¿dónde y cómo se produjo la confrontación política entre estas identidades?

5.6 LOS PUNTOS DE CONFLICTO Y HOSTILIDAD EXOGRUPAL

Alrededor de las seis y media a.m. del 1 de octubre del 2024, opositores comenzaron a concentrarse en el cruce de Av. Fray Servando Teresa de Mier y H. Congreso de la Unión.

Más tarde, a las diez a.m., un grupo de jóvenes marchó como protesta contra la reforma aprobada, desde el Monumento a la Revolución hasta el Ángel de la Independencia. Media hora después, una decena de trabajadores del Poder Judicial, se plantó dentro del Palacio Legislativo, con cartulinas que exigían “*diálogo con Claudia*”.

Posteriormente, a las once y media de la mañana, otro agrupamiento llegó a los alrededores del Palacio Legislativo de San Lázaro, donde lo que más destacó fueron las agresiones verbales entre el actor y simpatizante Jesús Ochoa vs un opositor.

Finalmente, a las cuatro p.m., un último agrupamiento realizó una segunda marcha, nuevamente del Monumento a la Revolución al Ángel de la Independencia.

Ahora bien, el primer enfrentamiento ocurrió en la inmediaciones de las avenidas Fray Servando y H. Congreso de la Unión, entre las ocho y las diez de la mañana:



IMAGEN 28. *Opositores 3*. En X @CableNoticiasD IMAGEN 29. *Opositores 4*. En X @lopezdoriga

En este trayecto, el agrupamiento opositor formado por trabajadores del Poder Judicial, comenzaron a gritar en repetidas ocasiones las consignas “¡Dictador!” y “¡Dictadura!”, dirigidas al presidente saliente, debido a una supuesta disolución de los tres poderes del Estado, luego de la reforma recién aprobada y la obtención de la mayoría calificada por el oficialismo. Enseguida, comenzaron a formarse empujones y reclamos entre opositores, simpatizantes y la policía, tal como se observa en las imágenes 35 y 36.

Debido a estos enfrentamientos, elementos de seguridad de la Ciudad de México, encapsularon a los opositores en las horas siguientes, a la entrada de la estación del metro más cercana, como medida de seguridad para evitar que la confrontación escalara.

Minutos más tarde, mediante publicaciones en la red X, algunos simpatizantes denunciaron que este agrupamiento opositor portaba petardos, proyectiles y huevos, que iban a ser lanzados contra el presidente saliente, a su paso.



IMAGEN 30. *Denuncia contra los opositores*. De @brauliolunan en X

Horas después, hubo otro enfrentamiento, ahora entre el actor Jesús Ochoa vs un opositor vestido de chamarra azul y mezclilla. Esto ocurrió en las inmediaciones del metrobús San Lázaro. Primero, el opositor comenzó a gritarle a Ochoa: “¡Esa reforma es retrógrada!”, seguido de “¡Todo el pueblo de México te dice traidor!”, a lo cual, el actor le respondió: “¡Cállese, cabrón, no sabe nada!”, al tiempo que le dio un manotazo y tiró el *smartphone* del opositor. Luego, Ochoa se marchó en un *Jeep* color negro.



IMAGEN 31. *Enfrentamiento.*
De @lasillarota en X

IMAGEN. *Confrontación.*
De @ChuchoOchoaMx en X

Al igual que las otras confrontaciones en la dimensión material, este episodio fue difundido en la plataforma X, desde la cuenta del actor @ChuchoOchoaMx, y desde distintas cuentas de opositores como @lasillarota.

Por su parte, las dos marchas que hicieron el recorrido al Ángel de la Independencia, fueron captadas y difundidas en X por los mismos manifestantes opositores y algunos medios, incluida la cuenta oficial del Canal del Poder Judicial de la Federación: @JusticiaTV_MX. De esta manera, a partir de testimonios, me fue posible profundizar aún más en la comprensión de los agrupamientos opositores, el día del evento. Algunas de las declaraciones, fueron:

‘No solo para la cuestión de privilegiar o de tener nuestros puestos. Esto va a más allá. Esto va por un México independiente. Esto va para que todo aquel que se queje, tenga un tribunal que lo ampare y lo defienda del arbitrario. Eso es lo que queremos, un tribunal independiente, un tribunal que no esté a la sombra de ningún partido político. No se destruye al Poder Judicial (...) se acaba la carrera judicial. Ya no podrán aspirar a ser jueces y magistrados por sus méritos, sino que tendrán que tener un compromiso político con quien los proponga...’ (Opositor 1, de @amigamexa, el 1 octubre del 2024)

‘No se puede mejorar la justicia sin diálogo con el Poder Judicial de la Federación, y sin reconsiderar una reforma que es regresiva en materia de derechos humanos...’ (Opositor 2, de @JusticiaTV_MX, el 1 octubre del 2024)

Los testimonios mostraron que el conflicto era debido a la concreción de la reforma al Poder Judicial de la Federación. Sin embargo, es importante destacar que el Plan C se logró a través de la competencia en urnas, con el voto que dio la victoria de la presidencia y de la mayoría calificada de diputaciones y senadurías al oficialismo

encabezado ahora por Claudia Sheinbaum. Pese a esto, algunos opositores en X, calificaron de fraudulento el proceso y acusaron de “espuria” a Sheinbaum (Imagen 25).

Pese a lo anterior, los manifestantes señalaron que su objetivo no era destituir a la nueva mandataria, sino entablar diálogo sobre tres cuestiones: 1) la defensa de sus derechos laborales como trabajadores del Poder Judicial; 2) la desconfianza en la falta de división de poderes, luego de la reforma y la obtención de la mayoría calificada en el Congreso por parte del oficialismo; y 3) la denuncia de un supuesto tutelaje de Sheinbaum con Obrador. Estas últimas dos cuestiones estaban vinculadas para los opositores, porque acusaban un supuesto dominio sobre los tres poderes: legislativo, ejecutivo y judicial.

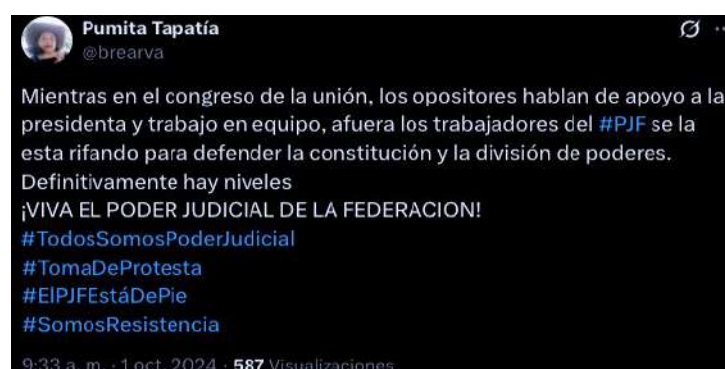


IMAGEN 33. Tweet de opositor. De @brearva en X

Cabe destacar que, según los registros hemerográficos de *La Jornada*, estos agrupamientos estuvieron conformados principalmente por trabajadores de distintos estados, como Chiapas, Jalisco, Oaxaca, Morelos, Querétaro e Hidalgo, quienes comenzaron a manifestarse días antes del evento (Castillo, 2024).

Como respuesta a estas manifestaciones de opositores, Claudia Sheinbaum Pardo habló al respecto a través de sus discursos, en el Palacio Legislativo y en el Zócalo:

‘Queremos que se termine la corrupción en el Poder Judicial. Es un proceso en donde habrá una convocatoria única, un comité de selección de candidatas y candidatos, para garantizar que cumplan los requisitos. Y ¿quién decidirá? Será la gente, será el pueblo. ¿Cómo va a ser autoritaria una decisión que en esencia es democrática y permite que el pueblo decida? Estoy segura que en unos años, todas y todos estaremos convencidos que esta reforma es lo mejor. Aprovecho para decirle a las y los trabajadores del Poder Judicial, que sus derechos y sus salarios están totalmente salvaguardados...’ (Primer discurso de Sheinbaum en el pleno del Palacio Legislativo a las 12:02 am)

‘Se aprobó la reforma judicial. En unos días, el Senado de la República va a emitir la convocatoria, porque la elección será en junio del 2025. Como lo dije en el Congreso, lo que queremos es más independencia y autonomía del Poder Judicial, y erradicar la corrupción. Además, ya el Ejecutivo se elige

democráticamente, el Legislativo se elige democráticamente, y ahora le toca al Poder Judicial ser elegido democráticamente. ¡Con el pueblo todo, sin el pueblo nada!’ (Segundo discurso de Sheinbaum en el Zócalo a las 04:50 pm)

La respuesta en ambos discursos por parte de los simpatizantes fue: “¡*Sí se pudo!*, ¡*sí se pudo!*”, refiriéndose a la concreción de la reforma como meta grupal lograda.

En síntesis, se pudo constatar que el conflicto se articuló en tres puntos: 1) la reforma al Poder Judicial; 2) la división de poderes, luego de la obtención de la mayoría calificada en el Congreso por parte del oficialismo; y 3) la relación Obrador-Sheinbaum.

Cabe destacar que los tres puntos se articularon en las opiniones opositoras: la obtención de la mayoría calificada había permitido la aprobación de la reforma, que implicó la “pérdida” de la división de los tres poderes del Estado. Con esto ocurría una supuesta instauración de un “régimen autoritario, dictatorial y antidemocrático”.

Por último, es importante destacar que estos puntos de conflicto hicieron patente el *paradigma del grupo mínimo* durante el evento, dentro y fuera de X.

5.7 ESTEREOTIPOS, PREJUICIOS Y AGRESIONES EN X

Para el estudio de los estereotipos, prejuicios y agresiones en X, registré y clasifiqué los contenidos de la plataforma del día del evento, a partir de las 35 tendencias recopiladas de bases de datos y el monitoreo desde tres *smartphones* distintos. Todo este registro de contenidos a partir de las tendencias, se muestra en apartado de ANEXOS. A partir de su clasificación en categorías teóricas por los códigos: estereotipo, prejuicios, agresión, burla/rechazo, pude identificar los puntos donde predominó la hostilidad exogrupal en X.

Luego, a través de la observación digital, guiada por las tendencias y el buscador de X, pude coleccionar los tweets con cajas de comentarios que concentraron mayor cantidad de hostilidad exogrupal, en forma de *estereotipos*, *prejuicios*, *agresiones verbales* y/o *burla/rechazo*. Así, estas categorías fueron codificadas en MAXQDA, para el procesamiento de 100 comentarios aleatorios por tweet.

Posteriormente, seleccioné los 10 tweets = 1,000 comentarios con tematización de hostilidad exogrupal y niveles de *engagement* más altos. En seguida, procesé 100 comentarios aleatorios de cada tweet: 500 de tematización sobre opositores y 500 sobre simpatizantes del oficialismo. Cada uno con un *framing* distinto (+/-), según el caso.

Tweet	Cuenta	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta	TEMA & FRAMING (+/-)
1	@IrvingPineda	994,9 mil	3mil	6mil	Simpatizantes 3 (-)
2	@lasillarota	1,3 M	1mil	10mil	Simpatizante Ochoa (-)

3	@JJDiazMachuca	220,8 mil	762	9mil	Simpatizantes 1 (-)
4	@catrina_nortena	187,5 mil	602	9mil	Opositores 3 (-)
5	@catrina_nortena	27 mil	364	1mil	Opositores 1 (-)
6	@jorgeramosnews	63,5 mil	330	683	Simpatizantes 2 (+)
7	@catrina_nortena	69,6 mil	320	3mil	Simpatizante Ochoa (+)
8	@catrina_nortena	41,4 mil	234	2mil	Opositores PJF 1 (-)
9	@JusticiaTV_MX	54,6 mil	199	2mil	Opositores 2 (+)
10	@MLopezSanMartin	15,1 mil	188	941	Opositores PJF 1 (+)

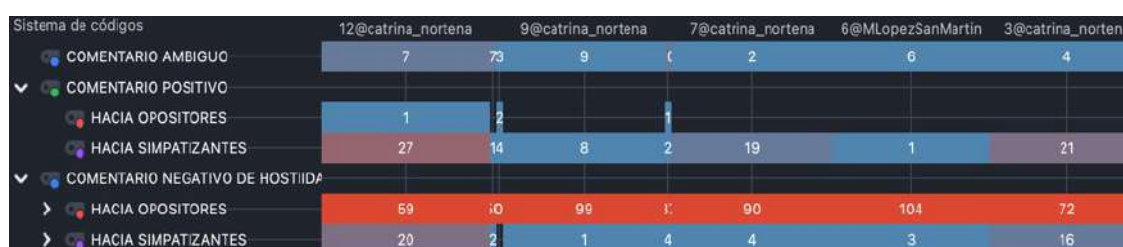
CUADRO 8. CLASIFICACIÓN DE 10 TWEETS DE HOSTILIDAD. Elaboración propia.

Como puede verse en el Cuadro 8, busqué establecer puntos de comparación que fueran más allá de la distinción entre comentarios negativos y positivos (-/+). Por lo anterior, a cada tweet le asigné un par, con base en su *tema* y *framing*, lo que resultó en un total de 5 pares, sombreados por color en el cuadro.

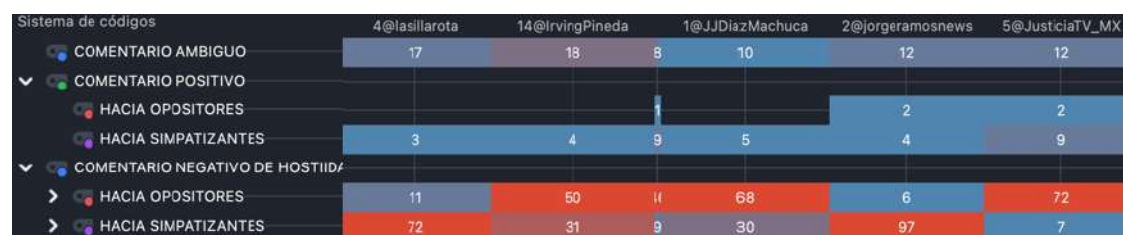
De este modo, a cada tweet le asigné un tweet-par tematizado con la identidad contraria y el mismo *framing* (+/-). Ejemplo: *Simpatizantes 1 (-) vs Opositores 1 (-)*. No obstante, en dos pares, el emparejamiento lo establecí con la misma tematización pero distinto *framing* (+/-). Estos son: *Simpatizante Ochoa (+) vs Simpatizante Ochoa (-)* y *Opositores PJF 1 (+) vs Opositores PJF 1 (-)*.

Además, audité la cantidad de *bots* y seguidores sospechosos de cada cuenta que publicó alguno de los tweets, para valorar la confiabilidad de los resultados en las comparaciones.

Antes bien, el análisis sobre la hostilidad exogrupal en X, quedó dividido en cuatro partes. La primera consistió en una clasificación para visualizar los puntos de saturación (-) en los comentarios de cada uno de los 10 tweets = 1,000 comentarios. Cada punto de saturación (-) fue sombreado en rojo como se muestra enseguida:



CUADRO 9. PUNTOS DE SATURACIÓN 5 TWEETS DE X (500 comentarios). Elaboración propia.



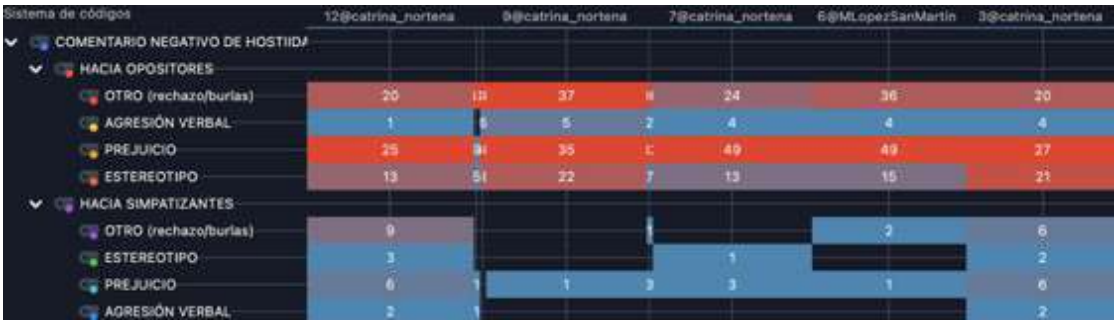
CUADRO 10 PUNTOS DE SATURACIÓN 5 TWEETS DE X (500 comentarios). Elaboración propia.

Como puede verse, los puntos de saturación (-) de la hostilidad negativa en los comentarios, aparecen sombreados en rojo, con las repeticiones 59, 99, 90, 104, 72, 72,

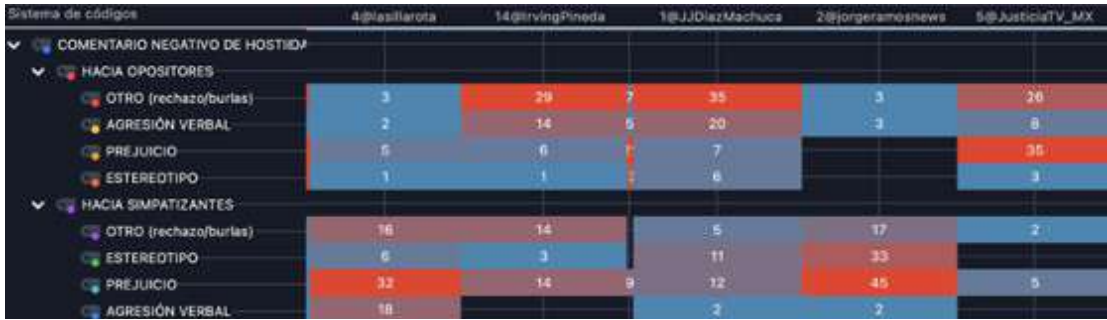
50, 68, 97 y 72, según el caso, sumando un total de 783 comentarios negativos u hostiles (-) de un total de 1,000. Esto representa más del 75% del total de los comentarios. El 25% restante, fueron comentarios ambiguos o de favorecimiento hacia alguna identidad.

En síntesis, se observó un patrón de comentarios negativos y hostilidad exogrupal (-), dirigidos a ambas identidades, lo cual vuelve a mostrar el predominio de la hostilidad y negatividad dentro de X durante el evento, identificada desde el análisis del liderazgo.

Cabe señalar que para esta parte del análisis, emplee las subcategorías correspondientes a los conceptos teóricos: *estereotipo*, *prejuicio*, *agresión* y/o *rechazo o burla*, como formas de hostilidad (-), como se observa en los cuadros 11 y 12.



CUADRO 11. PUNTOS DE SATURACIÓN EN 1,000 COMENTARIOS DE X. Elaboración propia.



CUADRO 12. PUNTOS DE SATURACIÓN EN 1,000 COMENTARIOS DE X. Elaboración propia.

Para el caso del *estereotipo*, clasifiqué etiquetas o categorías sociales formadas por un sólo término, dirigidas al exogrupo en los comentarios. En cambio, para el *prejuicio*, codifiqué evaluaciones negativas hacia el exogrupo, más argumentativas que los estereotipos, acorde con el nivel evaluativo-actitudinal. Por último, la *agresión verbal* la clasifiqué en insultos u ofensas, con/sin groserías. Todas estas producciones fueron parte del *priming*, almacenado en las cajas de comentarios de tweets del 1 de octubre del 2024 en X. Cada punto de saturación de estas, aparece en rojo en los cuadros 11 y 12.

Como puede verse en los cuadros, para el caso de la hostilidad hacia los simpatizantes, resultaron 2 tweets con predominio de *prejuicio*: 32 repeticiones en @lasillarota y 45 en @jorgeramosnews, un total de 77 repeticiones. En contraste, en los

8 tweets restantes, predominó la hostilidad hacia los opositores, con 233 repeticiones de *rechazo/burlas*; y 232 de comentarios *prejuiciosos*.

Antes bien, para conocer cualitativamente los puntos de saturación, grafiqué las *nubes de palabras*, de acuerdo a las dos identidades políticas. En este sentido, todos los comentarios fueron procesados en dos conjuntos: 5 tweets de hostilidad hacia Opositores; y 5 tweets de hostilidad hacia Simpatizantes. Los resultados fueron los siguientes:



GRÁFICA 16. NUBES DE 5 TWEETS (SIMP)



GRÁFICA 17. NUBES DE 5 TWEETS (OPO)

En esta segunda parte del análisis, se pudieron identificar *estereotipos negativos* que destacaron entre los 1,000 comentarios procesados. En síntesis, los resultados me permitieron saber que, para el caso de los tweets sobre los Opositores (Gráfica 17), las etiquetas más frecuentes fueron “*porros*”, “*huevones*” y “*corruptos*”. En contraste, en los tweets sobre Simpatizantes (Gráfica 16), las etiquetas más frecuentes fueron “*acarreados*” (lematizado como “*acarrear*”), y “*traidores*”. Además, aparecieron algunas etiquetas con agresión, con menor frecuencia como “*pendejo(s)*” o “*pinche(s)*”.

Cabe destacarse que estos marcajes asignados a algún exogrupo, hicieron patente el proceso de categorización en los participantes del evento: en la asignación de una categoría social al exogrupo. A su vez, también se hizo patente la relación contextual del marcaje con la *accesibilidad* y el *ajuste* de tales etiquetas. Así, para el caso de los Opositores trabajadores del PJF, la irrupción y manifestación durante el evento, junto con su paro laboral, se vinculó con los marcajes “*porros*” y “*huevones*”, asociados al desorden e improductividad. También, el marcaje “*corruptos*” estuvo dirigido a los Opositores, percibidos como deshonestos.

En cambio, para los Simpatizantes del oficialismo, la *accesibilidad* y el *ajuste* del término “*acarreados*” fue a partir de la creencia en que su asistencia a la celebración estaba motivada por alguna recompensa o beneficio; mientras que “*traidores*” refirió a la

participación de cada uno para la concreción de la reforma aprobada a través del voto en urnas. Algunos ejemplos de estas categorizaciones, se muestran a continuación:

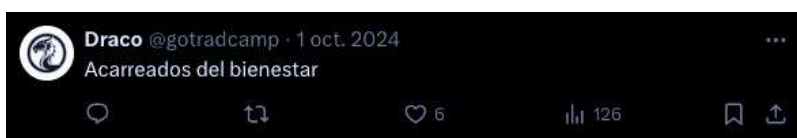


IMAGEN 34. Comentarios de hostilidad hacia simpatizantes. De @jorgeramosnews y @lasillarota en X

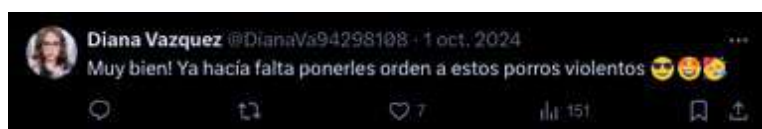


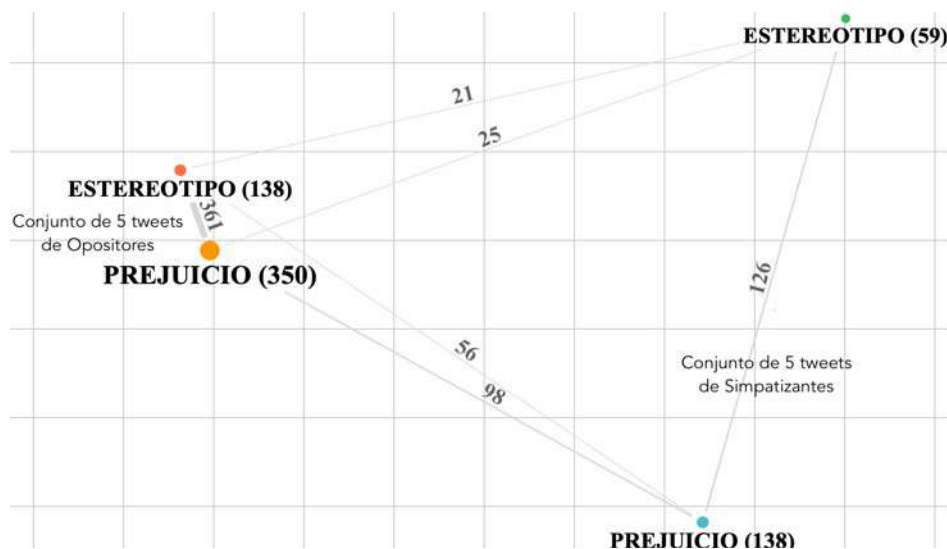
IMAGEN 35. Comentario de hostilidad hacia opositores. De @JusticiaTV_MX y @catrina_nortena en X

Estos marcajes mostraron la concreción del proceso de categorización entre los dos grupos durante el evento, coherente con sus identidades y el *paradigma del grupo mínimo*. Cabe destacar que, dicho proceso cognitivo se cristalizó y concretó en las etiquetas mostradas antes en las *nubes de palabras* (gráficas 16 y 17).

Asimismo, los resultados mostraron el proceso de atribución social, interno y externo, entre los asistentes del evento. En el caso de los Opositores, “*porros*” se trató de una atribución externa, pues refirió a que la presidenta de la Suprema Corte de Justicia, Norma Piña, había supuestamente enviado a los trabajadores del Poder Judicial para que se manifestaran, como su causa externa; mientras que “*huevones*” correspondió a una atribución interna, por la explicación de que los Opositores decidieron irse a paro laboral.

En contraste, para los Simpatizantes del oficialismo, la etiqueta “*acarreados*” se formó por atribución externa, con la explicación causal de que su asistencia estaba motivada por una recompensa; mientras que “*traidores*” mostró una atribución interna referida a su decisión de los Simpatizantes para votar a favor de la reforma.

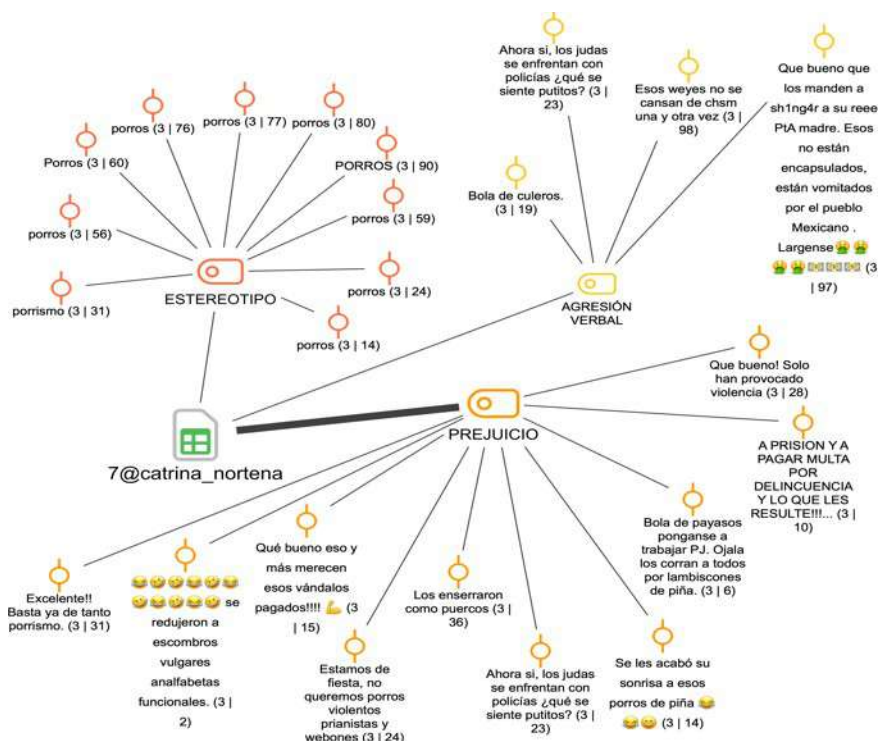
Luego de esto, determiné la proximidad y correlación entre los estereotipos y prejuicios en los 1,000 comentarios = 10 tweets. Mientras que el *estereotipo* funcionó como marcaje cognitivo a través de la asignación de una categoría por atribución social al exogrupo; el prejuicio se estableció como circuito cognitivo, en forma de evaluaciones exgrupales. Su correlación teórica, entre la etiqueta cognitiva del estereotipo y el circuito cognitivo del prejuicio, puede esquematizarse en la correlación de la frecuencia de comentarios codificados con el programa MAXQDA, tal como:



GRÁFICA 18. CORRELACIÓN ESTEREOTIPO-PREJUICIO EN COMENTS. Elaboración propia.

Por tanto, la tercera parte del análisis mostró la correlación y proximidad entre estereotipo-prejuicio, en cada conjunto de 5 tweets. Como se observa en la gráfica 18, hubo más casos de correlación entre *estereotipo* (138) y *prejuicio* (350) hacia Opositores, con un total de 361 coincidencias. En contraste, hacia Simpatizantes, la correlación entre *prejuicio* (138) y *estereotipo* (59) fue menor: de 126 casos. Esto confirmó la tendencia de hostilidad dentro de X, pero también esquematizó la relación cognitiva estereotipo-prejuicio.

Ahora bien, para visualizar los 100 comentarios de cada tweet en correlación estereotipo-prejuicio-agresión, elaboré un mapa por cada uno de los diez tweets codificados, con el objetivo de profundizar en el análisis. Los primeros resultados fueron:



GRÁFICA 19. CLASIFICACIÓN DE COMENTS DE @catrina_nortena. Elaboración propia.

En el mapa puede verse a detalle la clasificación de *estereotipos*, *prejuicios* y *agresiones verbales*, dentro de los comentarios por cada tweet. El caso de @catrina_nortena - Simpatizante Ochoa –framing (+) se muestra en la Gráfica 19, los demás casos se adjuntan en el apartado de ANEXOS de este documento (pág. 149).

Antes bien, como se puede observar en la gráfica 19, el *estereotipo* más destacado en el caso de @catrina_nortena, fue el de “porros”, el cual puede verse con llaves de color rojo en el Mapa. En contrastarse los comentarios *prejuiciosos* se muestran en color naranja y las *agresiones verbales* en amarillo. En cuanto al subcódigo *rechazo/burla*, no hubo relación con la construcción teórica, por lo que no fue necesario graficarlo. No obstante, sirvió para contabilizar el total de comentarios negativos por tweet.

Como se puede observar en el Mapa, el análisis de correlación permitió comprender la relación cualitativa entre prejuicio, estereotipo y agresión, como parte de la hostilidad en X. Ejemplo: la etiqueta/estereotipo “porros” con la evaluación/prejuicio “bola de payasos, pónganse a trabajar”, y el insulto “bola de culeros”. Esto confirmó la correspondencia cognitiva entre estereotipo-prejuicio-agresión, presentes en el *priming* de los comentarios de X, tal como se muestra a continuación:



IMAGEN 36. Estereotipo “porros” con prejuicio hacia Opositores. De @catrina_nortena en X

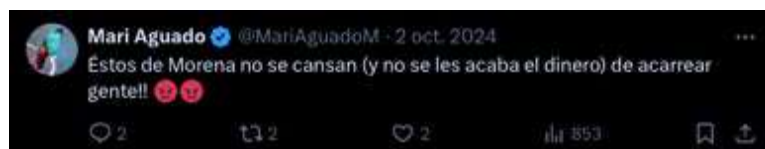


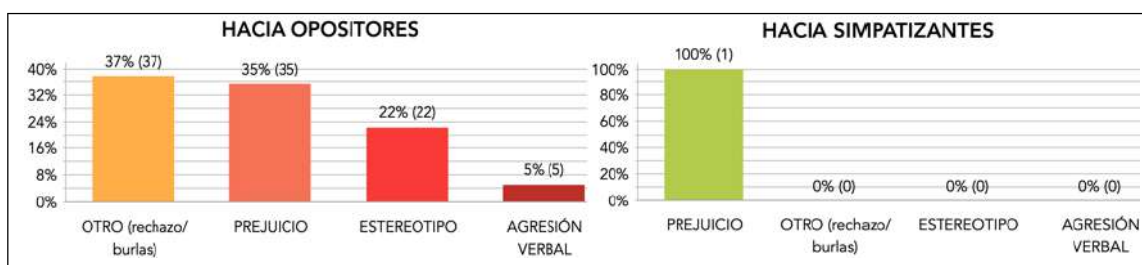
IMAGEN 37. Estereotipo “acarreado” con prejuicio hacia Simpatizantes. De @JJDiazMachuca en X

De esta forma, fue posible profundizar en la comprensión de las creencias, opiniones y valores que corresponden a la hostilidad exogrupal de cada grupo.

Por otro lado, en la cuarta parte del análisis comparé los cinco pares de *tweets* presentados al inicio del segmento. Para cada par elaboré dos gráficas de cuatro barras (ocho barras por par): una para contabilizar los comentarios hostiles hacia Simpatizantes y otra hacia Opositores. Posteriormente, los porcentajes de cada conjunto de barras mostraron la distribución total de los 100 comentarios analizados por cada *tweet* del par.

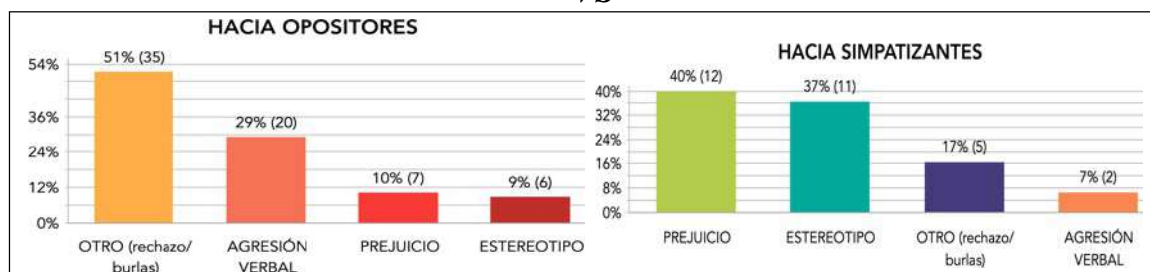
Una de las cinco comparaciones entre dos tweets se muestra a continuación:

COMPARACIÓN DE COMENTARIOS HOSTILES EN 2 TWEETS:



GRÁFICAS 20 y 21. COMENTS “Opositores 1, framing negativo (-)”. De @catrina_nortena en X

VS



GRÁFICAS 22 y 23. COMENTS “Simpatizantes 1, framing negativo(-)”. De @JJDiazMachuca en X

De acuerdo con las gráficas 20-23, el primer tweet de @catrina_nortena presentó tanto correspondencias como diferencias entre Opositores y Simpatizantes. En ambos casos, la coincidencia principal fue la tendencia hacia la hostilidad, predominando las categorías de rechazo/burla y prejuicio. Cabe destacar que, en el tweet de

@catrina_nortena destacó un mayor peso del prejuicio (35%) y del estereotipo (22%) hacia Opositores, mientras que en el de @JJDiazMachuca sobresalió la agresión verbal (29%) hacia Opositores.

En cuanto a la hostilidad hacia los Simpatizantes, los resultados mostraron una diferencia. En el tweet de @JJDiazMachuca se registró 40% de *prejuicio*, 37% de *estereotipo* y 7% de *agresión verbal*. En contraste, su par de @catrina_nortena mostró sólo 1 comentario con prejuicio, equivalente al 100% de la Gráfica 21.

Todos estos resultados, fueron contrastados con las auditorías a los seguidores de cada cuenta. En síntesis, @catrina_nortena obtuvo una mejor evaluación que @JJDiazMachuca, por una diferencia del 11.5%. Esto sugirió un mayor uso de *bots* en el caso de @JJDiazMachuca. Sin embargo, como la diferencia fue menor a 15%, el emparejamiento fue parcialmente equitativo.

Luego, este mismo procedimiento lo realicé con los otros cuatro pares de tweets. En síntesis los resultados fueron los siguientes: primero, en el caso de @jorgeramosnews Simpatizantes 2 (+) vs @JusticiaTV_MX Opositores 2 (+), la hostilidad fue coherente con la tematización de cada tweet. En el tweet de @jorgeramosnews predominó el *prejuicio* (45%) y el *estereotipo* (34%) hacia Simpatizantes; mientras que en el tweet de @JusticiaTV_MX tuvo mayor frecuencia el *prejuicio* (49%) hacia Opositores.

Para el tercer caso —@IrvingPineda Simpatizantes 3 (-) vs @catrina_nortena Opositores 3 (-)—, la tendencia fue de hostilidad hacia Opositores. No obstante, la diferencia más importante fue el predominio de comentarios de *rechazo/burla* (58%) en @IrvingPineda, frente al *prejuicio* (42%) en el tweet de @catrina_nortena. Cabe señalar que, este último tweet registró 22% de *estereotipos* hacia Opositores contra 2% de su par.

En el cuarto caso —@lasillarota (Simpatizante Ochoa [-]) vs @catrina_nortena (Simpatizante Ochoa [+])— me fue posible comparar el *framing* (+/-), debido a que ambos tweets compartieron tematización. Así, los resultados mostraron un contraste claro, coherente con cada *framing* (+/-). En @lasillarota(-) la hostilidad se dirigió hacia los Simpatizantes; mientras que en @catrina_nortena(+) hacia los Opositores. En este último caso, predominó el *prejuicio* (38%) y el *estereotipo* (29%) hacia los Opositores; mientras que en la @lasillarota el *prejuicio* (44%) y *agresión verbal* (25%) hacia los Simpatizantes.

Por último, al igual que el caso anterior, el quinto y último par, pude comparar el *framing* (+/-) —@catrina_nortena (Opositores PJF 1 [-]) vs @MlopezSanMartin (Opositores PJF 1 [+])—. Sin embargo, esta vez hubo una diferencia muy importante,

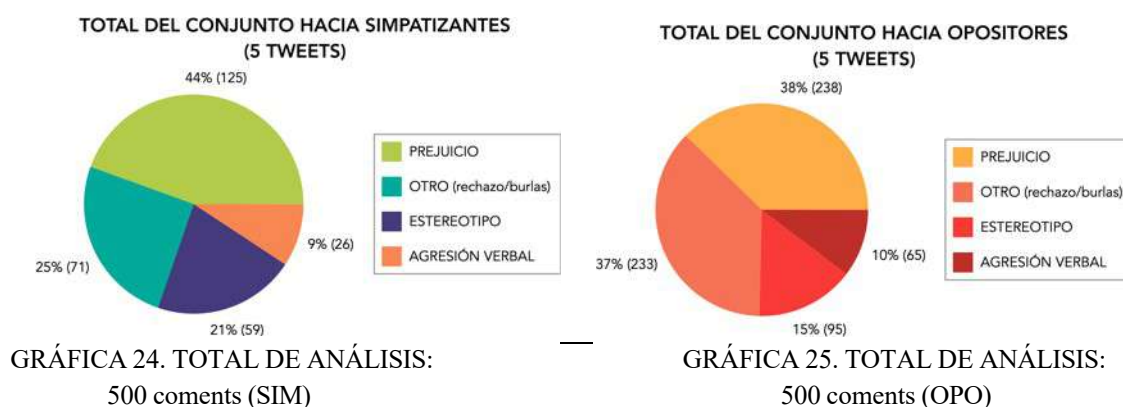
debido a que no hubo contraste sino coincidencia. Es decir, en ambos tweets la hostilidad fue hacia los Opositores, por lo que no hubo correspondencia con el *framing* (+/-). Inclusive, los registros fueron muy similares. Ambos tweets tuvieron 49 comentarios *prejuiciosos* hacia los Opositores; y en los estereotipos hacia la oposición, @MlopezSanMartin registró 15 repeticiones y @catrina_nortena 13.

Concluidas las comparaciones, apliqué auditorías a cada cuenta que publicó cada tweet. Todas las gráficas de auditorías quedan en los ANEXOS, al igual que las gráficas de barras para la comparación de los 5 pares de tweets = 1,000 comentarios.

En la mayoría de las cuentas observé un registro de más del 50% de seguidores mal calificados o con sospecha de *bot*. Empero, hubo casos excepcionales. Primero con las cuentas de @MlopezSanMartin y @IrvingPineda, que tuvieron evaluación positiva en sus seguidores, con más del 75%. En contraste, en el caso de las cuentas de oposición, @lasillarota y @JusticiaTV_MX, el predominio de hostilidad hacia Simpatizantes que se estableció en los comentarios de sus cajas es cuestionable por la cantidad de seguidores mal calificados. En otras palabras, esto significa un mayor uso de cuentas automatizadas para establecer los comentarios negativos, en lugar de que corresponda a un *priming* de participantes genuinos.

En este sentido, de acuerdo con los resultados, también confirmé que los tweets de @IrvingPineda y @MlopezSanMartin ofrecieron datos confiables. Esto sugirió que la hostilidad en sus comentarios estuvo determinada principalmente por participantes genuinos de la Toma de Protesta, no por cuentas automatizadas. Por ejemplo, en el caso de @MlopezSanMartin, la tendencia de hostilidad hacia los opositores, sugiere que es genuinamente por parte de simpatizantes, debido a que sus seguidores fueron bien evaluados en las auditorías de *bots*. En contraste, en las auditorías con seguidores mal evaluados, se sugiere que son comentarios de falsos.

Finalmente, para englobar el análisis, realicé una comparación del total de ambos conjuntos de 5 tweets (1,000 comentarios). En síntesis, las tendencias de hostilidad mostraron un patrón similar, coherente con los resultados del análisis del liderazgo donde predominó el comentario negativo. En este caso, los resultados mostraron un predominio del *prejuicio*, seguido del *rechazo/burla*, el *estereotipo* y, finalmente, la *agresión verbal*. Todas estas frecuencias permiten visualizar el predominio de la hostilidad dentro de X.



Por lo anterior, es relevante exhibir el predominio de la hostilidad dentro de esta red social durante el evento, lo cual evidencia cómo en X se fomenta la violencia política, en ocasiones influenciada y amplificada con el uso de *bots*. Esto contrastó con el predominio de la celebración que se pudo observar en el encuentro presencial del evento.

Finalmente, es importante volver a destacar que algunos resultados estuvieron condicionados por distintos factores, que escaparon al alcance del estudio: 1) la influencia algorítmica en la segmentación y diseminación de los contenidos el día del evento, que se intentó resolver parcialmente con el análisis de las 36 tendencias; 2) el tipo de seguidores de cada cuenta; y 3) la brecha digital.

5.8 LA DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA EN X

Como se ha señalado, el conflicto político durante el evento se articuló en tres puntos: 1) la reforma al Poder Judicial; 2) la división de poderes tras la obtención de la mayoría calificada en el Congreso por parte del oficialismo; y 3) la relación entre Sheinbaum y Obrador, vinculada a su llegada como la primera mujer en ocupar la presidencia. Esto último fue utilizado por opositores para dirigir ataques sexistas hacia la nueva mandataria.

Por lo anterior, documenté la circulación del contenido sexista contra Claudia Sheinbaum en X, el día del evento. A partir de la observación digital, identifiqué que la mayoría de estas publicaciones presentaron un nivel bajo de *engagement* y se concentraron en los días próximos al 1 de octubre. Con el paso del tiempo, varios de estos contenidos fueron retirados paulatinamente, ya sea por la propia plataforma o por las cuentas que los difundieron. A continuación, se muestran dos ejemplos de las imágenes sexistas que circularon en X durante el evento.



IMAGEN 38. *Contenido sexista 1.* En X @TheCitizenXT IMAGEN 39. *Contenido sexista 2.* En X @garcimonero

Resulta preocupante la normalización de la violencia sexista que estos contenidos promueven en X, pues reproducen prácticas machistas de opresión y deslegitimación política hacia las mujeres, lo cual exhibe las condiciones de violencia y desigualdad que aún persisten en nuestro país, como dos grandes problemas sociales.

Ahora bien, la observación permitió identificar que estas publicaciones provenían, en su mayoría, de cuentas opositoras, muchas de ellas con identidades políticas ocultas. Aunque su nivel de *engagement* fue bajo, el análisis de su actividad mostró que se posicionaban sistemáticamente en defensa del Poder Judicial o en rechazo a la figura de Obrador y Sheinbaum. Además, su tarea consistió exclusivamente en diseminar, reproducir y comentar contenido sexista dirigido a la presidenta el día del evento. Algunas cuentas que pueden denunciarse son: @ryo_hermoso, @SLPToday o @JackSpartanXX.

En contraste, las cuentas de simpatizantes que se dedicaron a diseminar, reproducir y/o comentar tweets de rechazo hacia opositores, fueron @AngMariscal4T, @won2skel o @catrina_nortena. Sin embargo, sus contenidos no registraron sexismo.

Ahora bien, a través de esas publicaciones sexistas, sectores opositores impulsaron en X los hashtags #PreSirvienta y #ClaudiaPreSirvienta durante el evento. Estas etiquetas combinaron las palabras “Presidenta” y “Sirvienta” para insinuar una supuesta subordinación de Sheinbaum como mujer frente a Obrador como hombre. Esto no solo volvió a exhibir una lógica de opresión masculina que desvaloriza el lugar de la mujer dentro de la política mexicana, sino que permitió observar los estereotipos de género aún presentes en la sociedad, que históricamente han confinado a las mujeres a las tareas domésticas y a posiciones de servicio doméstico. En este sentido, los *hashtags* y contenidos sexistas formaron parte de una estrategia de deslegitimación política por parte de los opositores.

Cabe destacar que, estos contenidos fueron diseminados con imágenes y comentarios sexista, a partir del uso de cuentas automatizadas.

Asimismo, los contenidos mostraron cómo ciertos sectores opositores continúan reproduciendo estereotipos y prejuicios patriarcales, aún muy arraigados en la sociedad mexicana. La persistencia de estas creencias que deslegitiman la capacidad política de la mujer —que consideran que su lugar es rendir cuentas a un hombre o que su rol “natural” está en las tareas domésticas— evidencia la urgencia de atender la violencia y desigualdad de género en el país, en contradicción con el hecho histórico de la llegada de la primera mujer a la presidencia. Algunos de estos contenidos se muestran enseguida:



IMAGEN 40. Tweet y comentarios sexistas. En X @JackSpartanXX, @lulu_reportera y @9d9469e7093

Como se observa, los contenidos exhiben la lógica de opresión masculina, y reafirman el orden patriarcal que históricamente ha limitado la participación política de las mujeres en el escenario mexicano. Como puede observarse en los tweets, el sexismo se estableció en la reducción de la figura de nueva mandataria a una mujer sin autonomía, subordinada a la tutela masculina de Obrador, para minimizar su liderazgo como mujer.

Por último, es importante señalar que estos contenidos evidencian formas de violencia política de género aún presentes en el país, pese a los avances logrados en materia de derechos de las mujeres. Surge así la pregunta: ¿cómo interpretar estas contradicciones entre los progresos y la persistencia de violencia que siguen oprimiendo a las mujeres dentro del devenir político mexicano? Muchas mujeres continúan siendo

víctimas de violencia política de género. Ejemplos recientes incluyen ataques dirigidos a Citlali Hernández, Andrea Chávez o a la misma presidenta, a través de contenidos de X.

5.9 LA INFLUENCIA MEDIÁTICA DE X EN EL EVENTO

La colaboración con los participantes remotos, abrió la reflexión sobre la influencia mediática en X. Cuatro de ellos tuvieron una cuenta activa en la plataforma durante el evento, lo que permitió integrar sus perspectivas. Las identidades fueron:

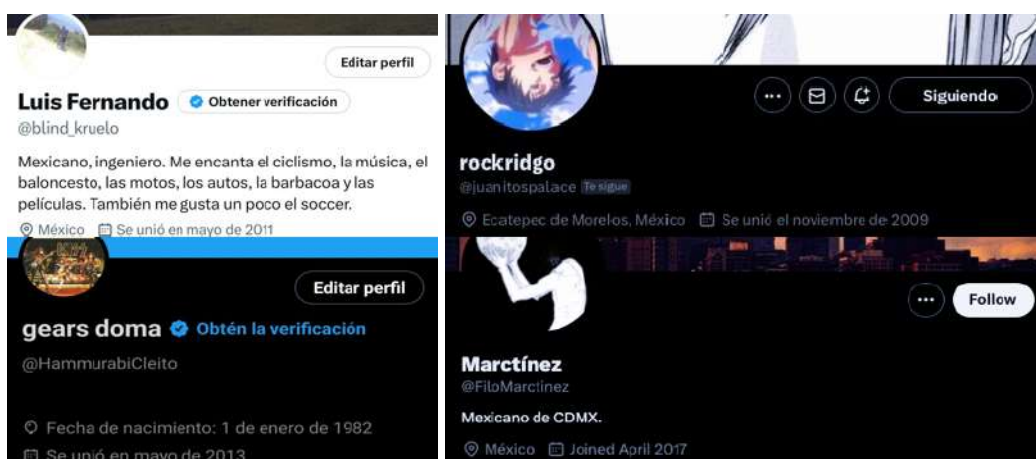


IMAGEN 41. Perfiles de participantes remotos en el evento. Capturas de pantalla en X

Estos participantes aseveraron que actualmente utilizan la red social para ver noticias en tiempo real, no tanto como espacio de confrontación política, pese a que están conscientes que se utiliza para esto. Algunos dijeron:

‘Sí recuerdo haberme indignado, molestado, incluso tener discusiones con desconocidos por temas políticos, por opiniones, por muchas cosas, ¿no? Y después te empiezas a dar cuenta que no tiene sentido. Ahorita, por ejemplo, ya no me enfrasco...’ (Participante Remoto 1)

‘Antes veía contenido más de humor, sobre todo de humor. Ahora se ha transformado en un medio de noticias, lo uso un poco más en ese sentido, para informarme de todo lo que está pasando...’ (Participante Remoto 2)

También, hablaron de la desconfianza hacia la plataforma, porque consideran que sectores específicos de la población, ejercen control dentro de X. Sobre esto, se afirmó:

‘Hay registro de que personal de Twitter México era cercano a políticos del PAN, y que trabajaban en función de eso, ya sea con cosas como bloqueo de cuentas, generación de tendencias, etcétera, cambios de programación específica de los algoritmos, etcétera...’ (Participante Remoto 2).

Estas valoraciones condujeron a la reflexión sobre la brecha digital. Antes bien, es importante volver a señalar que diversos estudios han mostrado cómo, sectores específicos de la población, concentra su participación en X. Sin embargo, también es importante destacar que los resultados mostraron, en más de una ocasión, que la hostilidad durante el evento predominó entre los comentarios de las publicaciones en X.

Ahora bien, otra de las cuestiones relevantes fue el uso de los dispositivos. Como puede observarse en el mosaico de fotografías de la Imagen 42, en la celebración se usaron *smartphones*, *tablets*, *laptops* y *smart TVs*, para ver o participar en el evento de manera remota. De esta forma, los datos evidenciaron la heterodoxia comunicativa: algunos participantes siguieron el evento de manera asincrónica; otros a través de *streamings* o en la interacción con el contenido.

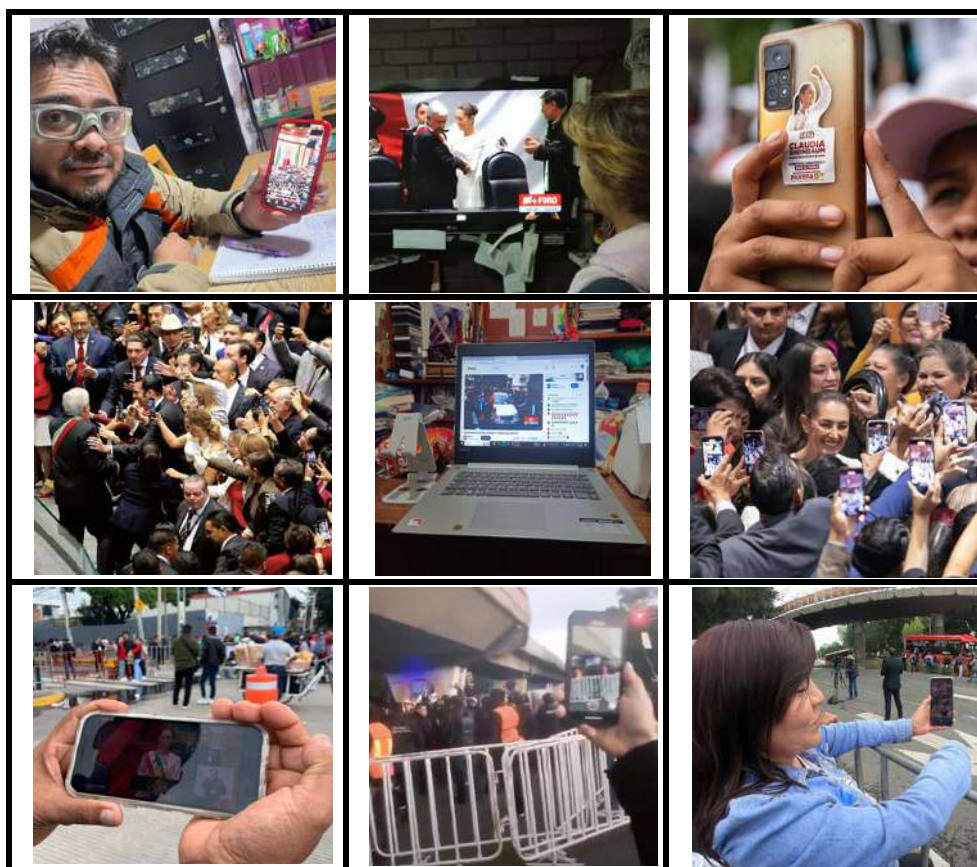


IMAGEN 42. Mosaico de los dispositivos digitales durante el evento. Fotos del investigador y de los periódicos @LaJornada y @Reforma en X

En las entrevistas con los participantes remotos se abordaron dos temas: la comunicación política y la influencia del contenido digital en el escenario político actual.

Respecto al primer punto, en cada entrevista busqué establecer una comparación con los medios de comunicación de masas y las redes sociales. Sobre esto, se dijo:

‘Sería muy deshonesto de mi parte hablar de que Televisa no tiene un marco técnico. Si algo sabían hacer estas televisoras era producir contenido de manera que generara persuasión. Al final de cuentas es un negocio, tienen ciertas estrategias de comunicación, etc. En cambio, las redes sociales me parece que es un medio incluso libidinal, de expresión de las pasiones que siente la gente. También caben los comentarios críticos, los comentarios técnicos; incluso gente desplazada pasa a producir contenido en redes sociales’ (Participante Remoto 2).

‘En televisión tú no tienes chance de opinar ¿no? O sea, es una proyección, es un monólogo en donde tú no tienes ningún tipo de interacción, independientemente de que sea una *Smart TV* o no. Pero el tema de la opinión que tú puedes llegar a tener, o de tu aportación en un evento como este, solamente lo tienes en un medio digital, tipo celular ¿no? a través de una red social’ (Participante Remoto 1).

‘Antes de las redes sociales, la televisión tuvo una influencia absoluta. Recuerdo acontecimientos muy fuertes donde la televisión dijo algo y esa información se quedó (...) Hubo un famoso comunicador en Televisa que se llamó Jacobo Zabłudovsky, que tenía un programa que se llamaba *24 horas*. Y entonces era como una cosa religiosa. Había gente que decía, ¿Ya lo dijo Jacobo? Y entonces, si lo decía Jacobo es que esa era la verdad’ (Participante Remoto 3).

Como puede constatarse en los testimonios, los participantes consideran que hay una diferencia entre la comunicación que plantean los medios de comunicación de masas y las redes sociales. Esto coincide con la contextualización y el enfoque teórico de la investigación. Sin embargo, es claro que la influencia en las redes sociales no desaparece.

Por lo anterior, se abrió la reflexión ahora sobre la influencia del contenido digital y las nuevas formas de manipulación en redes sociales. Al respecto, dijeron lo siguiente:

‘Es un bombardeo descontrolado de información, y no me refiero a que exista censura, pero sí considero que debería haber cierto control porque la infodemia es un problema muy fuerte en la actualidad. Justo lo platicaba hace un rato con un amigo que vino a mi casa: ya no puedes creer en nada, incluso un video puede estar manipulado’ (Participante Remoto 1).

‘En las redes sociales se puede ver muy claramente, que aunque la empresa o tu perfil o la información con la que se construye tu perfil digital es evidente que es hacia una tendencia política, te imponen contenidos de la tendencia opuesta. Tratan de imponerte opiniones de oposición, etc.’ (Participante Remoto 2).

‘De cierta forma son más manipulables la gente joven. O a veces por moda, pueden también llegar a reproducir determinados discursos. No vamos lejos, ahorita en Europa está el resurgimiento de la derecha, y pues está jalando a muchos jóvenes porque le están invirtiendo en su propaganda y en su publicidad en las redes sociales’ (Participante Remoto 4).

Si bien, en los testimonios se comenta que las redes sociales son reconocidas como espacios de participación y acceso a noticias en tiempo real, también son percibidas como fuentes de desinformación y manipulación. Por lo anterior, los participantes señalaron que han optado por manejar con cautela la información de X y otras redes sociales. Igualmente, mostraron preocupación por la infodemia, especialmente entre las generaciones nativas digitales del país.

Por último, los participantes reflexionaron sobre las formas de manipulación e influencia que han surgido en redes sociales como X, en los últimos años. Mencionaron, por ejemplo, los contenidos de ataque contra identidades específicas (*shitposting*), visibles en tweets y hashtags sexistas durante el evento. Sobre esto, comentaron:

‘Yo creo que lo más preocupante de este tipo de contenido es la cantidad en la que puede difundirse en un periodo corto de tiempo. Me refiero, por ejemplo, a la imagen de Claudia con el mandil...’ (Participante Remoto 1).

‘Creo que una de las características de estas estrategias de manipulación es precisamente nutrirse de estos contenidos. Por eso, actualmente prefiero no interactuar con ellos, porque al hacerlo sólo les doy visibilidad. Considero que lo mejor es simplemente ignorarlos. Algunas redes sociales ofrecen la opción de ocultar contenido que no te interesa o no consideras relevante, como es el caso de X’ (Participante Remoto 2).

‘Hay cosas que no debes creer en esas redes sociales. Existe tanta infodemia que prácticamente ya no puedes confiar en nada. Tienes que investigar casi todo, acudir a las fuentes y asegurarte de que sean confiables para poder emitir un comentario’ (Participante Remoto 1).

En resumen, la influencia de X fue percibida por los participantes remotos como desinformación, usualmente diseminada y reproducida con el uso de *bots*. Empero, también se reconocieron diferencias con los medios de comunicación de masas, y subrayaron que las redes sociales abren posibilidades de participación y debate. Asimismo, denunciaron la infodemia, los sesgos algorítmicos, la segmentación de contenido por personalización del algoritmo, el uso de *bots* o las agresiones en forma de *shitposting*, como parte de las nuevas formas de manipulación e influencia en X.

Finalmente, puede decirse que la polarización que acompaña a estos contenidos de ataque y hostilidad en X, no sólo forman parte de las estrategias de influencia y manipulación digitales, sino que han establecido nuevas formas de confrontación entre las identidades políticas. Esto prueba que X funciona como termómetro político.

6. CONCLUSIONES

A modo de cierre, es posible enunciar varias conclusiones del estudio en su conjunto. Estas abarcan no solo el planteamiento del problema y análisis de los datos, sino también aspectos metodológicos, teóricos, del estado del arte y consideraciones éticas relevantes.

De esta forma, la primera conclusión general es que la hostilidad exogrupal fue el patrón de saturación más frecuente en los contenidos del evento del 1 de octubre del 2024 en X. Esto se constató en el análisis de la identidad, del liderazgo y del conflicto político. Asimismo, contrastó con el predominio de la celebración en los alrededores, lo cual mostró que la red social X opera como un espacio de confrontación política, no como un espejo de la presencia y los encuentros cara a cara.

En segundo lugar, destacan tres conclusiones del análisis comparado de pares de tweets: 1) los tweets de @claudiashein y @lopezobrador_ registraron hostilidad por comentarios generados mediante *bots*, a diferencia de otros casos donde la hostilidad fue genuina, lo que evidenció que una de las estrategias de influencia durante el evento, consistió en el *shitstorm* dirigido hacia los líderes del oficialismo; 2) en los tweets de @rosaisela_ predominó el apoyo hacia el oficialismo, pero impulsado por *bots*, lo que demuestra que la automatización también se utiliza para construir tendencias de favorecimiento endogrupal y celebración; y 3) en el análisis se identificaron comentarios de X genuinos donde la hostilidad se dirigió hacia los opositores, a diferencia de la hostilidad hacia los simpatizantes, que con frecuencia estuvo asociada al uso de *bots*.

Cabe destacar que las estrategias de influencia operaron mediante efectos virales dentro de la plataforma X durante la Toma de Protesta, con el objetivo de posicionar tendencias y diseminar contenidos que favorecieran o atacaran a alguna de las dos identidades políticas involucradas. De esta forma, las estrategias apuntaron a generar tendencias de oposición y rechazo hacia el oficialismo o de apoyo y celebración hacia el oficialismo, introduciendo así sesgos en la percepción del acontecimiento político.

En otras palabras, las estrategias de influencia basadas en el uso de *bots* para viralizar ciertos contenidos distorsionaron parcialmente la percepción del evento dentro de la plataforma X. De hecho, la experiencia digital contrastó mucho con la celebración presencial, cara a cara; fuera de la red predominó el festejo, mientras que dentro de ella la confrontación y la hostilidad exogrupal.

Aunado a lo anterior, el hecho de que la hostilidad y los ataques hacia el oficialismo y sus simpatizantes no fueran significativamente distintos a los dirigidos a los

opositores dentro de X, también se explica por la presencia desigual de distintos sectores y grupos de la población mexicana dentro de la red social, es decir, por la brecha digital.

Otra conclusión relevante es que la heterogeneidad de los datos analizados respondió a la heterodoxia comunicativa del evento político. Esto resultó significativo porque condujo al problema de la influencia mediática en redes sociales, donde se tomó en cuenta que hay experiencias comunicativas diferenciadas entre quienes siguieron el evento a través de X o alguna otra red social.

Por otra parte, resulta urgente introducir la reflexión sobre el dilema ético y moral que plantean plataformas como X, donde se promueve la violencia, la agresión y la hostilidad entre las distintas identidades políticas. Esto obliga a repensar y valorar los usos de los espacios digitales para la participación política en el país. Luego, surge la pregunta de ¿cómo conciliar la libertad de expresión con la no censura, considerando el problema que representan las estrategias de influencia mediante *bots* u otras similares?

Esta cuestión, abrió la discusión sobre el papel de otras plataformas digitales en el manejo de la información sobre los acontecimientos políticos. Por ejemplo, Facebook ha restringido la visualización de los perfiles y ha ocultado su sección de tendencias, para diseminar y distribuir de manera más segmentada, atomizada y con mayor opacidad, los contenidos en el *feed* de inicio de cada persona que consume esta red social ¿qué implican estas medidas en los eventos políticos?

Sin duda, estas modificaciones en los diseños de las plataformas digitales, facilitan la influencia del contenido, debido a que una mayor personalización y segmentación de contenidos a cada consumidor, implica que la diseminación de la información sea más específica, dirigida, focalizada, personalizada e individual. En otras palabras, esto configura la personalización de información a cada persona que consume cada una de estas redes sociales, y a su vez fractura los vínculos sociales, debido a que la atomización de la información a través de la segmentación de contenidos busca promover más el consumo individual, en lugar de la interacción social. Esto también parece facilitar la hostilidad misma dentro de redes sociales como X.

Esto parece preocupante en el contexto mexicano, si se considera que X, Facebook, Tik-Tok o Insta, son las plataformas extranjeras de mayor consumo en el país.

Aunado a lo anterior, otra conclusión del análisis es la necesidad de valorar críticamente el problema de la opacidad algorítmica a partir de los resultados obtenidos.

Aunque diversos estudios señalan que el funcionamiento algorítmico distribuye los contenidos de manera segmentada, focalizada y continuamente personalizada, esta

investigación empleó estrategias contrarias a dicha lógica. En concreto, se recopilaron las 35 tendencias del día del evento en X, lo que permitió observar los contenidos desde una perspectiva más amplia y orientar el análisis en la codificación teórica de favorecimiento endogrupal, liderazgo y hostilidad exogrupal. Esta estrategia posibilitó comprender desde los datos que, durante la celebración, la hostilidad predominó en los comentarios de X.

Ahora bien, para profundizar en el estudio de los algoritmos y la segmentación para la personalización del contenido en la vida cotidiana, la etnografía digital aparece como el método más adecuado. No obstante, los nuevos enfoques requieren emplear conceptos operativos distintos al de *evento* —que fue el eje rector de la presente investigación— tales como: *prácticas*, *mundo social*, *cosas* o *relaciones*.

Sin duda, como recomendación derivada de estas conclusiones sobre el tema de los algoritmos, queda abierta la posibilidad de estudiar la interacción directa y continua entre las personas consumidoras de las distintas redes sociales y los contenidos de sus *feeds* de inicio, de manera diaria y a través de largos periodos de tiempo. Este tipo de estudios etnográficos permitirían analizar de manera más precisa y clara cómo se establece la relación entre las publicaciones/contenidos y las personas que les consumen de manera cotidiana, así como las implicaciones e influencia que esto puede tener en su vida diaria, en los patrones de consumo, en la formación de sus opiniones individuales sobre algún tema específico, que repercutan en su vida social y estilo de vida.

Sin duda, todo esto conduce a entender las nuevas formas de influencia social a través de redes sociales de forma multilocal, asincrónica y en red.

Otra conclusión relevante se relaciona con la importancia de la profundidad histórica en los estudios psicosociales. En este trabajo, la comprensión dialéctica del devenir político mexicano permitió situar históricamente el evento de la Toma de Protesta. De esta forma, la ontología hegeliana adquirió un papel muy importante para la lectura del devenir político como un proceso dialéctico a lo largo del tiempo, anclado a la competencia por el poder presidencial.

Acorde con lo anterior, es claro que el devenir político y psicosocial mexicano también implica la disolución y el surgimiento de nuevas identidades y grupos políticos a través del tiempo, lo cual rompe directamente con las perspectivas esencialistas que algunos consideran, como identidades y grupos siempre idénticos en el tiempo. En consecuencia, los estereotipos y prejuicios tampoco pueden entenderse desde una sola y única realidad social dada, esencial, inmutable y universal, sino a partir de condiciones sociales específicas, contextuales, materiales, grupales y políticas.

Por otra parte, es interesante notar que las nociones de “derecha” e “izquierda”, que han sido frecuentemente empleadas para interpretar el fenómeno político en México, también tienen un grado de correspondencia con la relación dialéctica histórica del contexto político mexicano: la izquierda corresponde en parte al lugar del “siervo”, mientras que la derecha al del “señor”. Empero, parece más adecuado hablar de consciencias e identidades contrarias, si se busca hacer una reflexión dialéctica.

Desde este punto de vista, el conflicto manifestado durante la Toma de Protesta de Claudia Sheinbaum Pardo puede entenderse como el tercer momento de la dialéctica, pues el contexto refleja el resultado de la confrontación entre ambas identidades y consciencias, más que la mera continuidad de una hegemonía o el surgimiento de una nueva oposición. En este tercer momento, la figura del amo aparece desplazada de la posición privilegiada que ocupaba previamente, al quedar desprovista de su lugar frente a la toma del poder por parte de la identidad política que antes correspondía al siervo, al esclavo o a la conciencia dependiente.

En coherencia con la dialéctica, otra conclusión importante es que la competencia por el poder presidencial genera contextos de conflicto que han sido ampliamente dentro de la Psicología Social. En este sentido, los hallazgos del presente trabajo coinciden con las aportaciones de autores como Henri Tajfel, Gordon Allport o Muzafer Sherif, al mostrarse con datos concretos que la confrontación entre grupos en competencia produce estereotipos, prejuicios, discriminación e incluso agresiones exgrupales. En otras palabras, la competencia entre al menos dos grupos o identidades establece el conflicto.

Ahora bien, en cuanto a las 6 críticas que Concepción Fernández realizó al paradigma sociocognitivo psicosocial, puede señalarse que la renuncia a las interpretaciones unívocas y esencialistas volvió necesario reconstruir el marco teórico que articula la ontología, la epistemología y la metodología en la investigación. Cabe destacar que la renuncia a los esencialismos y universalismos propios de la modernidad y del positivismo lógico, hizo evidente la importancia de precisar los conceptos teóricos en diálogo con los autores. Esto permitió utilizar de manera rigurosa el lenguaje sociocognitivo para la interpretación y el análisis de los datos del evento.

Asimismo, como parte de las respuestas a las seis críticas de Concepción Fernández, el planteamiento metodológico constituyó otro punto central. Lo más relevante fue el abandono de los instrumentos clásicos de medición estadística —sondeos, encuestas o escalas tipo Likert u Osgood— usuales en la investigación sociocognitiva de corte cuantitativo. En contraste, esta investigación se basó en el análisis cualitativo de un

evento político a partir del procesamiento de los comentarios de la red X mediante el programa MAXQDA, obtenidos del mismo trabajo de campo. En síntesis, el cambio consistió en sustituir el instrumento estadístico por el análisis de los comentarios de X.

Derivado de lo anterior, otras conclusiones sobre el método, fueron: 1) que la reflexividad fue una herramienta clave para resolver obstáculos técnicos; 2) que la multiplicidad metodológica, mediante el uso de diversos dispositivos digitales, aportó al registro de observaciones, datos visuales, interacciones y audio; y 3) que la plataforma X mostró su utilidad como instrumento de investigación psicosocial, incluso como alternativa al instrumento para medición estadística tradicional.

Por otra parte, en cuanto a la revisión de la literatura, surgieron varias cuestiones. En primer lugar, se comprobó que los estereotipos funcionan como etiquetas o marcajes en forma de adjetivos calificativos dirigidos a un grupo específico en un contexto determinado. Esto cuestiona especialmente a la concepción estructural y esencialista del estereotipo, presente en distintos trabajos de la revisión, que no consideran de manera explícita la relación entre un endogrupo y un exogrupo para la formación del estereotipo.

De esto se puede concluir que el estereotipo negativo es coherente con el desfavorecimiento y la hostilidad exogrupal, mientras que el estereotipo positivo responde a un favorecimiento endogrupal. No obstante, en ambos casos se implica la integración de algunos individuos y la exclusión de otros tantos.

Así pues, el *estereotipo* se forma a partir de la confrontación con un exogrupo. Por tanto los procesos cognitivos de categorización y atribución social que forman la estereotipia, también están presentes y en relación directa con el *prejuicio*, entendido como circuitos cognitivos y evaluaciones exgrupales derivadas de los estereotipos.

Con lo anterior, también se comprobó que el estereotipo y el prejuicio, contribuyen a la formación de la discriminación y las agresiones en contextos de conflicto intergrupar. Por ejemplo, durante el evento, la distinción entre los Opositores y los Simpatizantes del oficialismo, permitió ver la formación de etiquetas como “porros” o “acarreados”, las cuales se extendieron a las evaluaciones negativas y agresiones verbales dirigidas hacia cada identidad política dentro de la plataforma X, el día del evento.

En cuanto al planteamiento del problema, los objetivos y la pregunta de investigación, puede aseverarse que fueron completadas satisfactoriamente. En primer lugar, porque el estudio dejó ver y comprender a las identidades políticas, los liderazgos y el favorecimiento endogrupal, así como las distintas formas de hostilidad exogrupal como los estereotipos, los prejuicios, la discriminación y las agresiones.

Sin embargo, una vez respondidas las preguntas y alcanzados los objetivos de la investigación, surgieron otras cuestiones. Entre ellas, la necesidad de valorar los niveles de hostilidad y agresión presentes en X, debido a que son formas de violencia que pueden fomentar actitudes hostiles en los encuentros cara a cara, o incluso influir en la formación de comportamientos negativos hacia identidades específicas.

Todo lo anterior muestra la urgencia de seguir investigando las implicaciones psicosociales de la confrontación sociodigital, así como la necesidad de proponer soluciones y estrategias que promuevan interacciones políticas más cordiales.

Por otra parte, otro tema central fue el debate en X sobre la llegada de Claudia Sheinbaum Pardo a la presidencia de México, como primer mujer en ocupar el cargo. Como se mostró en el análisis, los ataques, agresiones, estereotipos de género, comentarios sexistas y evaluaciones dirigidas a deslegitimar su liderazgo, evidenciaron la persistencia del orden patriarcal y la dominación masculina propias de sociedades con valores tradicionales. Estos valores, no solo han restringido históricamente el acceso de las mujeres a la participación política, sino que han reproducido opresiones y desigualdades que siguen desestimando el lugar de la mujer en la política mexicana.

Esto muestra que la confrontación no solo refiere a la identidad político-partidista, sino que también contribuye a perpetuar desigualdades y opresiones, como el machismo reflejado en los contenidos sexistas de oposición que circularon en X el día del evento.

Por lo anterior, resulta fundamental profundizar en los siguientes años el análisis de las agresiones y sexismos en redes sociales, así como su impacto sobre las mujeres que asumen liderazgos políticos en el país. Esta tarea es urgente si se considera la hegemonía masculina que históricamente ha predominado en la política mexicana, o las agresiones machistas provenientes de sectores opositores contra la presidenta entrante, las cuales exhiben las desigualdades y problemáticas sociales que aún siguen vigentes en el país.

Ante esto, asumir un compromiso psicosocial implica visibilizar y denunciar toda forma de violencia y opresión, como las hostilidades de los contenidos y comentarios de X durante la Toma de Protesta contra las identidades o líderes políticos. Luego, resulta alarmante que estas prácticas vayan en aumento, o que se normalicen en el espacio digital.

Por otro lado, como parte de las conclusiones, queda abierta la pregunta de: ¿qué sigue en el trabajo sobre la influencia mediática en los eventos políticos en México?

Una primera respuesta conduce a la necesidad de ampliar la investigación de los eventos o acontecimientos políticos no programados en la agenda pública. Esto implica una diferencia importante con los eventos oficiales, como la Toma de Protesta, debido a

que implican circunstancias psicosociales más espontáneas y cotidianas, lo que representa un terreno inexplorado para profundizar en el estudio de los fenómenos psicosociales intergrupales y su relación con el espacio digital.

En concreto, se sugiere regresar a los conceptos de la etnografía digital de Sarah Pink como *relaciones, experiencias, prácticas, cosas, mundo social o localidades*, para comprender la cotidianidad del consumo de contenidos de redes sociales, desde distintos dispositivos digitales. Esto permitiría profundizar en la comprensión de las prácticas de consumo de información personalizada y la influencia algorítmica en la vida cotidiana de las personas a lo largo del tiempo, de manera más espontánea. Algunos temas que se implican en estas prácticas digitales, son las emociones o la formación de opiniones.

De todo lo anterior, es importante tener una mirada crítica sobre todos los tipos de sesgos producidos dentro de las redes sociales, como la desinformación, el uso de cuentas automatizadas, las tendencias falsas, la influencia algorítmica o los contenidos de ataque. Identificar y estar conscientes de este tipo de sesgos y prácticas, conduce a un mejor manejo, uso y consumo de la información en las redes sociales, indispensable para una buena participación política digital en los siguientes años.

En definitiva, puede concluirse que los hallazgos aquí presentados no agotan toda la plétora de temas abordados. Empero, se ha logrado dar una buena y amplia perspectiva, que es de utilidad a la comunidad universitaria, como punto de referencia para los próximos estudios sobre lo psicosocial, lo psicopolítico y lo sociodigital. Por esto anterior, el trabajo ha tenido la intención, desde el inicio, de formar bases de conocimiento sólidas para investigaciones futuras sobre lo sociodigital, que busquen profundizar en el estudio del tema de la influencia de los medios digitales en contexto específicos.

Por último, resulta pertinente retomar las preguntas planteadas por el Dr. Edgar Juárez a la investigación, acerca de si es posible hablar de democracia en un medio privado como X, cuyo dueño es Elon Musk, o qué lugar ocupa el público y los individuos en estas dinámicas de influencia dentro de la red social.

A lo primero, considero que la democracia en X es cuestionable, no solo por el uso de cuentas automatizadas, sino por la brecha digital, el funcionamiento algorítmico y la intervención de la I.A. Grok. A lo segundo, considero que el papel del público en la influencia, aparece como sujeto de la manipulación mediática y como co-participante de las dinámicas de violencia. En particular, me queda claro que X distorsiona la realidad política, debido a que genera una sensación de caos social y político durante el consumo de sus contenidos, en gran parte por la confrontación que la misma plataforma promueve.

BIBLIOGRAFÍA

- Allport, G. W. (1969). Antecedentes históricos de la psicología social moderna. En *Alma Pública*, 2020. México: UAM.
- Álvaro, J. L., & Garrido, A. (2007). *Psicología social: Perspectivas psicológicas y sociológicas*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Amado, A. & Tarullo, R. (2015). *Las redes sociales en la comunicación política: ¿Comunicación unidireccional o conversacional?* Lima: Universidad de Lima.
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Animal Político (2018). *En fotos: Con protestas, porras, y paseos en Los Pinos: Así fueron las primeras horas del gobierno de AMLO*. México: Animal Político.
- Anzieu, D. & Martyn, J.-Y. (1971). *La dinámica de los grupos pequeños*. Buenos Aires: Editorial Kapelusz.
- Aristegui, C. (2012). La violencia y los detenidos, a un mes del 1-D. *Aristegui Noticias*, 31 de diciembre. México: Redacción AN.
- Baena, M. (2024). *Así fueron las tomas de protesta de Salinas, Zedillo, Fox, Calderón, AMLO y Claudia Sheinbaum*. México: Infobae.
- Baquero, R. (2001). *Vigotsky y el aprendizaje escolar*. Buenos Aires: Aique.
- Banda, J. (2013). *Política y medios de comunicación en la elección 2012*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Banks, M. (2010). *Los datos visuales en la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psicología social*. Madrid: Prentice Hall.
- Barragán, A. (2024). López Obrador cierra su mandato con una aprobación que roza el 80%, similar a la de Sheinbaum. En *El País*. México.
- Barreto, I., Borja, H. & López-López, W. (2012). Estereotipos asociados a la legitimación de la violencia política por un sector de la población universitaria en Colombia. En *Revista Mexicana de Psicología*. México: Sociedad Mexicana de Psicología.
- Becerril, A., Saldierna, G., Garduño, R. & Méndez, E. (2006). AMLO, “presidente legítimo”; toma posesión el 20 de noviembre: CND. En *La Jornada*. México.
- Berna, J. B. & Soriano, J. (2024). *La extrema derecha populista en Twitter. Análisis comparado del discurso de sus líderes en España, Francia e Italia*. Comunicación de resultados de investigación. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Blackstone, A. M. (2003). *Gender roles and society*. En J. R. Miller, R. M. Lerner, & L. B. Schimberg (Eds.), *Human ecology: An encyclopedia of children, families, communities, and environments*. Santa Bárbara, CA: ABC-CLIO.
- Blanco-Alfonso, I., Rodríguez-Fernández, L. & Arce-García, S. (2022). Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter. En *Revista de Comunicación*. Perú: Universidad de Piura.
- Bonifaz, L. (2015). *El principio de paridad en las elecciones: Aplicación, resultados y retos*. Suprema Corte de Justicia de la Nación. México.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C. & Passeron, J.-C. (2008). *El oficio de sociólogo: Presupuestos epistemológicos*. México: Siglo XXI Editores.
- Branch. (2024). *Estadísticas de la situación digital de México 2023-2024*. México.
- Calderón, F. (2024). *Las sedes históricas de la toma de posesión presidencial en México*. México: N+.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Cámara de Diputados LXVI Legislatura. (2024). *Boletín No. 0082: Declaratoria oficial de la toma de protesta*. México. En <https://www.diputados.gob.mx/boletin0082>
- Cano, G. (2018). *Democracia y género. Historia del debate público en torno al sufragio femenino en México*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral (INE).
- Castro, A. (2018). Así rendían protesta los presidentes. En *El Universal*. México.
- Castillo García, G. (2024). Sin incidentes concluyen protestas de trabajadores del PJF en

- inmediaciones de San Lázaro. En *La Jornada*. México.
- Coffey, A. & Atkinson, P. (2005). *Encontrar sentido a los datos cualitativos*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). (2025). *Asesinato de Francisco I. Madero y José María Pino Suárez, mártires y héroes de la democracia en la llamada Decena Trágica*. México.
- Corominas, J. (1987). *Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.
- Cordero, J. (2021). *Twitter como herramienta de comunicación política: el fenómeno de Vox y Podemos*. Tesis de grado. México: Universidad Pontificia.
- Cruz, E. (2018). *Los estereotipos sociales en el cine mexicano contemporáneo (2013–2018)*. Tesis de licenciatura. México: UAM-I.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2012). *Paradigmas y perspectivas en disputa*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Derrida, J. (1971). *De la gramatología*. México: Siglo XXI Editores.
- Doise, W. (1982). *Psicología Social y Relaciones entre Grupos: Estudio Experimental*. México: Fondo Educativo Interamericano.
- Echebarria, A. (1991). *Psicología social sociocognitiva*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- El Águila Mexicana. (1824). *El Águila Mexicana Número 179*. 10 de octubre. México: Hemeroteca Nacional de México. En <https://repositorio.unam.mx/contenidos>
- El Iris de Jalisco (1824). *El Iris de Jalisco Número 136*. 11 de octubre. México: Hemeroteca Nacional de México. En <https://repositorio.unam.mx/contenidos>
- El Monitor Republicano. (1876). *El Monitor Republicano Número 294*. 7 de diciembre. México: Hemeroteca Nacional Digital de México. En <https://repositorio.unam.mx/contenidos>
- El Siglo Diez y Nueve (1858). *El Siglo Diez y Nueve Número 3.390*. 25 de enero. México: Hemeroteca Nacional Digital de México. En <https://repositorio.unam.mx/contenidos>
- El Sol de México (1824). *El Sol de México Número 484*. 10 de octubre. México: Hemeroteca Nacional Digital de México. En <https://repositorio.unam.mx/contenidos>
- Esquivel, B. (2021). Todos los presidentes de México, lista completa de 1824 hasta la actualidad. En *Revista Central*. Santiago.
- Estrada, J. L. & Martínez, G. (2023). Comunicación política, redes sociales y polarización en Twitter. Estudio de caso “El Culiacanazo”, 2019 en México. En *Revista Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Estrada, M. de J. (2014). *La influencia que ejercen los medios de comunicación en la agenda política: Televisa como principal actor*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Fernández Christlieb, P. (1994). *La psicología colectiva un fin de siglo más tarde*. Barcelona: Anthropos.
- Fernández, C. (2003). *Psicologías Sociales en el Umbral del Siglo XXI*. Madrid: Morata.
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Galperin, L. M. (2022). Cómo los algoritmos modificaron la concepción de la segmentación de públicos en las campañas de comunicación digital en el contexto de Big Data. En *Revista Científica de Comunicación*. Buenos Aires: Universidad de Piura.
- García, M. (2023). *El modelo de comunicación política empleado por la jefa del gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, en Twitter durante el año 2021*. Tesis de licenciatura. México: UNAM.
- García, D'Adamo & Aruguete (2014). Opinión Pública y Medios de Comunicación de Masas. Elena M. Zubieta, José F. Valencia, Gisela I. Delfino (Cords.). En *Psicología Social y Política*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Garza, M. T. (2016). El derecho al sufragio de la mujer. En *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Giglia, A. (2002). Para comprender a Bourdieu: Sobre su teoría y práctica de la entrevista. En *Trayectorias. Revista de Ciencias Sociales*. México: UAM.
- Gobierno de México. (2025). *Protesta: Mandato constitucional*. México. En <https://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=197>
- Gómez, R. R. (2020). *Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

- González, G., Flores, R. & Varnier, C. (2014). *Comunicación política y estereotipos. Anuario de investigaciones 2013*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.
- González-Polo, I. (2007). De cómo tomó posesión de su cargo el primer presidente de los Estados Unidos Mexicanos. En *Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- González-Quijano, Y. (2011). Las revueltas árabes en tiempos de transición digital: mitos y realidades. En *Rev. Digital Nueva Sociedad*. Buenos Aires: Nueva Sociedad.
- Gunduzhan, E. (2021). *Comunicación política en YouTube: Contenido y audiencia*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Hamnett, B. R. (1999). *Liberales y conservadores ante el mundo de los pueblos, 1840-1870*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Madrid: Herder.
- Hegel, G. W. F. (1807). *Fenomenología del espíritu*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Catalunya: Editorial UOC.
- Hogg, M. G. & Vaughan, G. M. (2008). *Psicología social*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2022). *Encuestas sobre el uso y sustitución de las redes sociales 2022*. México: Instituto Federal de Telecomunicaciones.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2006). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información y Comunicaciones en los Hogares, 2006*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares, 2020*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares, 2023*. México: INEGI.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2024*. México: INEGI.
- Juárez, J. (2012). Los tuiteros ondean hashtags como estandartes políticos en la transición, 1 de diciembre. *Expansión*. México.
- Koenigsberger, G. (2014) *Los inicios del internet en México*. México, UNAM.
- Kojève, A. (2006) “*La Dialéctica del Amo y del Esclavo en Hegel*”. Buenos Aires: Ed. Leviatán.
- Kuhn, T. S. (2006). *¿Qué son las revoluciones científicas? y otros ensayos*. Buenos Aires: Paidós.
- Lamas, M. (2025). *Claudia Sheinbaum: ¿feminista?*. Otros Diálogos. México: COLMEX.
- Lamas, M. (1999). *Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género*. Papeles de Población. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Latour, B. (2021). *¿Dónde estoy? Una guía para habitar el planeta*. Madrid: Taurus.
- Londoño, O. L., Maldonado, L. F. & Calderón, L. C. (2016). *Guía para construir estados del arte*. Bogotá: International Corporation of Network of Knowledge (ICONK).
- López-Castro, F. (2024). ¿De qué países son los tuits con el hashtag #Narcopresidente? Gobierno de AMLO acusa que el 96% son bots. En *Revista Digital Infobae*. México: Infobae.
- López, D. (2023). *Racionalidad deliberativa y esfera pública: Un estudio del espacio público en la era del capitalismo digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- López, M. F. (2021). *El Estadio Nacional y las dinámicas urbanas de la Ciudad de México (1923-1949)*. Tesis de maestría. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Arquitectura.
- López-Navarrete, A., Cabrera-Méndez, M., Díez-Somavilla, R., & Calduch-Losa, Á. (2021). Fórmula para medir el *engagement* del espectador en YouTube: Investigación exploratoria sobre los principales youtubers españoles. En *Revista Mediterránea de Comunicación*. España: Universidad de Alicante.
- Mantilla, W. A. & Velandia, J. S. (2023). *Detección de discursos polarizados y de odio en Twitter, en el contexto de las elecciones presidenciales de Colombia en 2022 usando natural language processing*. Tesis. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.

- Marañón, F., Muñiz, C. & Barrientos, R. (2021). Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México. En *Revista de Comunicación*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.
- Martínez, R. (2023). AMLO, el 'streamer' más visto de Latinoamérica en 2023: ¿Cuántas horas dedicó a 'La Mañanera'? En *Revista Digital Infobae*. México:
- Marradi, A., Archenti, N. & Piovani, J. I. (2010) *Metodología de las ciencias sociales*. Argentina: Ed. Cengage Learning.
- Mejía, L. A. (2000). Muestreo cualitativo: Estrategias para la investigación social. En *Revista de Investigaciones Sociales*. Lima: Instituto de Investigación Histórico Sociales.
- Melgar, M. (2008). *La protesta del presidente de la república: ¿Rito o requisito constitucional?*. Texas: Ed. De la Escuela Permanente de la UNAM en San Antonio Texas.
- Morales, J. F. & Moya, M. C. (1996). *Tratado de Psicología Social. Volumen 1: Procesos Básicos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Morales, J. F. & Moya, M. C. (2007). *Psicología social (3ª ed.)*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana.
- Moreno, I. (2019). La radio en México, más viva que nunca. 14 de febrero. En *Gaceta UNAM*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Moret-Soler, D., Alfonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2022). La negatividad digital como estrategia de campaña en las elecciones de la Comunidad de Madrid de 2021 en Twitter. En *Revista Prisma Social*. Madrid: Universidad de Santiago de Compostela
- Ocaña, E. (2019). *Democracia digital, dos dimensiones: democracia y participación*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Oehmichen-Bazán, C. (2021). La Antropología frente a la racialización de los procesos político-electorales en México. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: Univesidad Nacional Autónoma de México.
- Ordoñez, M. E. (2016). *Medios sociales y cultura política: Análisis de expresiones de medios de comunicación y usuarios de Facebook en México en el 2015*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ovejero, A. (2007). *Las relaciones humanas: Psicología social teórica y aplicada*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Palacio Millán, J. (2024). *Belleza imposible: filtros fotográficos en las redes sociodigitales. Un estudio sobre racismo y blanqueamiento entre mujeres jóvenes del estado de Guerrero*. Tesis de licenciatura. México: Univesidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Pérez, M. (2024). Elecciones 2024: Cómputos distritales del INE confirman el triunfo de Claudia Sheinbaum. En *El Economista*. México.
- Pink, S. (2019). *Etnografía digital*. Madrid: Morata.
- Posligua, I., & Ramírez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad Tik Tok. En *Revista ÑAWI*. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Proceso. (2006). *Ante un Zócalo abarrotado, AMLO toma posesión como "presidente legítimo"*. En *Proceso*. México.
- Ramírez, M. F. (2020). *Los linchamientos digitales en Twitter y la comunicación política*. Tesis de licenciatura. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Restrepo, E. (2016) *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Bogotá: Envión Editores.
- Rodríguez, C. (2024). *Prensa vendida*. México: Debolsillo.
- Rogers, R. (2023). *Métodos digitales*. Guadalajara: Ed. ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara.
- Romero, L. (2022). La brecha digital: el horizonte de las desigualdades. 19 de mayo. En *Gaceta UNAM*. México: Univesidad Nacional Autónoma de México.
- Rubio, Á. L. (2004). *Censura en la red: Restricciones a la libertad de expresión en Internet*. España: Editores del Henares.
- Ruiz, P., & Muñiz, C. (2017). Estereotipación de la mujer en la publicidad política. Análisis de los estereotipos de género presentes en los spots electorales de la campaña 2015 en Nuevo León. En *Revista Comunicación y Sociedad (UG)*. Guadalajara.
- Sabucedo, J. M. (1996). *Psicología política*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Sánchez-Zárate, A. (2023). ¿Quiénes tuitean? Perfil sociodemográfico de los usuarios de Twitter en México y en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, 2018. En *Revista de Estudios Demográficos y Urbanos*. México: Colegio de México.
- Schmitt, C. (1991). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza Editorial.
- Schuliaquer, I. & Vommaro, G. (2020). Introducción: La polarización política, los medios y las redes. En *Revista SAAP*. Buenos Aires: UNSM.
- Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP). (2025). *Cuando el futuro nos alcanza: La primera misión de las ondas hertzianas*. México: El Mirador.
- Statista. (2024). *América Latina: número de usuarios de X (Twitter) 2025, por país*. México. En <https://es.statista.com/estadisticas/1138986/usuarios-twitter-america-latina-por-pais/>
- Sued, G. E. (2022). Culturas algorítmicas: conceptos y métodos para su estudio social. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Nueva Época*. México: Univesidad Nacional Autónoma de México.
- Tamayo, S. (2007). Las plazas sí votan: Etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006. En *Revista Sociológica*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.
- Terreros, B., & Jiménez, C. (2023). AMLO entregó bastón de mando a Sheinbaum. En *Revista Digital Infobae*. México.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Vázquez, V. (1999). La polémica en torno a la democracia durante el cardenismo. En *Rev. Política y Cultura*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Vega, P. (2023). Más de 65 millones de usuarios mexicanos consumen contenido en YouTube. En *El Universal*. Ciudad de México.
- Wagner, W., Holt P. & Kashima Y. (2009). La política del esencialismo psicológico: Construcción y deconstrucción de la identidad social y los estereotipos. Elena M. Zubieta, José F. Valencia, Gisela I. Delfino (Cord.). En *Psicología Social y Política*. Bogotá: Ediciones Ecoe.
- Zeind, M. A. & Castañeda, G. E. (2019). La toma de protesta: de precepto constitucional a rito presidencial. En *Rev. Hechos y Derechos*. México: UNAM.
- Zúñiga, M. S. (2024). *Estereotipos de belleza en redes sociales y su impacto psicosocial en jóvenes universitarios de Quito, entre 20 a 25 años, en 2023*. Tesis de licenciatura. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Unidad.

SITIOS WEB

- Export Comments. (17-ene-2025). <https://exportcomments.com/>
- Twitter Audit (17-ene-2025). <https://twitteraudit.com>
- Twitter Trending. (17-ene-2025). <http://www.twitter-trending.com/mexico>
- 91 Trends. (17-ene-2025). <http://www.91trends.com>
- Get Day Trends. (17-ene-2025). <https://www.getdaytrends.com/es/>
- YouTube. (17-ene-2025). *1946 I Miguel Alemán asume la presidencia de México*. Canal de SICT México <https://www.youtube.com/watch?v=60gNH64HLys>
- YouTube. (17-ene-2025). *Toma de Protesta - Gobierno 2012 – 2018*. Canal de Presidencia Enrique Peña Nieto <https://www.youtube.com/watch?v=hCwR3Td7CLc&t=280s>
- YouTube. (17-ene-2025). *Toma de protesta en 2018 del presidente AMLO*. Canal de Andrés Manuel López Obrador <https://www.youtube.com/watch?v=Pm22t2YVxmg&t=5s>

ANEXOS

ANEXO 1. BIBLIOGRAFÍA DEL ESTADO DEL ARTE

A1. Cuadro 1. Literatura sobre confrontación, polarización y estereotipos en redes sociales

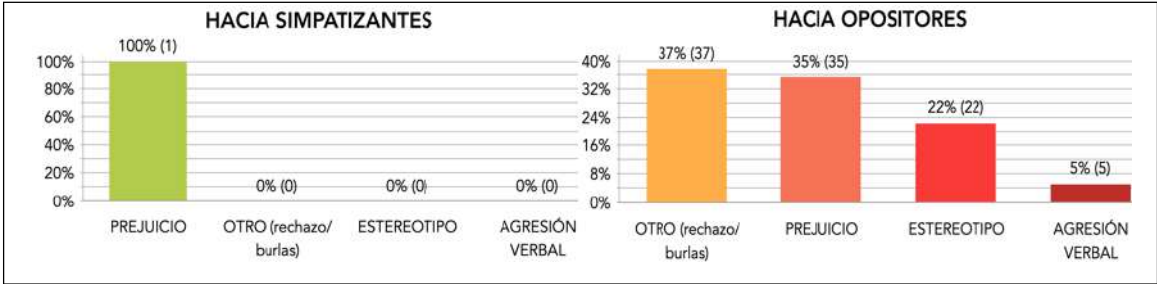
AUTOR	AÑO	TÍTULO	INSTITUCIÓN
1. José Luis Estrada Rodríguez, Georgina Martínez de la Rosa	2023	Comunicación política, redes sociales y polarización en Twitter. Estudio de caso 'El Culiacanazo', 2019 en México	BUAP
2. Ignacio Blanco-Alfonso, Leticia Rodríguez-Fernández, Sergio Arce-García	2022	Polarización y discurso de odio con sesgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter	Universidad CEU San Pablo
3. Jacqueline Palacio Millán	2024	Belleza imposible: filtros fotográficos en las redes sociodigitales. Un estudio sobre racismo y blanqueamiento entre mujeres jóvenes del estado de Guerrero	UAM-I
4. María Fernanda Ramírez Velázquez	2020	Los linchamientos digitales en Twitter y la comunicación política	UAM-I
5. Eduardo Cruz Hernández	2018	Los estereotipos sociales en el cine mexicano contemporáneo (2013-2018)	UAM-I
6. William Andrés Mantilla Muñoz, Johan Sebastian Velandia Ochoa	2023	Detección de discursos polarizados y de odio en Twitter, en el contexto de las elecciones presidenciales de Colombia en 2022 usando natural language processing	Universidad Autónoma de Bucaramanga
7. Felipe Maraón, Carlos Muñiz, Rodolfo Barrientos	2021	Los estereotipos de género en las campañas electorales de 2018 en México	Universidad Autónoma de Nuevo León
8. Mishell Stefania Zúñiga Moreno	2024	Estereotipos de belleza en redes sociales y su impacto psicosocial en jóvenes universitarios de Quito, entre 20 a 25 años, en 2023	Universidad Politécnica Salesiana
9. Jorge Cordero Ferrero	2021	Twitter como herramienta de comunicación política: el fenómeno de Vox y Podemos	Universidad Pontificia
10. José B. Berna Alvarado, Jaime Soriano Clemente	2024	La extrema derecha populista en Twitter. Análisis comparado del discurso de sus líderes en España, Francia e Italia	Universidad Autónoma de Barcelona
11. Paola Ruiz Vidales, Carlos Muñiz	2017	Estereotipación de la mujer en la publicidad política. Análisis de los estereotipos de género presentes en los spots electorales de la campaña 2015 en Nuevo León	Universidad de Guadalajara
12. Yves González-Quijano	2011	Las revueltas árabes en tiempos de transición digital: mitos y realidades	Institut Français du Proche-Orient (Damasco)
13. Gustavo González, Ramón Flores, Cristian Varnier	2014	Comunicación política y estereotipos	Universidad Nacional de La Plata
14. Isabel Posligua Quinde; Marlon Ramírez Rodríguez	2024	Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad Tik Tok	Universidad Estatal Península de Santa Elena
15. Diana Moret-Soler, Laura Alfonso-Muñoz, Andreu Casero-Ripollés	2022	La negatividad digital como estrategia de campaña en las elecciones de la comunidad de Madrid de 2021 en Twitter	Fundación para la Investigación Social Avanzada
16. Cristina Oehmichen-Bazán	2021	La Antropología frente a la racialización de los procesos político-electorales en México	Instituto de Investigaciones Antropológicas (UNAM)
17. Barreto, I., Borja, H. & López-López	2012	Estereotipos asociados a la legitimación de la violencia política por un sector de la población universitaria en Colombia	Universidad Católica de Colombia

A1. Cuadro 2. Literatura sobre los medios de comunicación en contexto político

AUTOR	AÑO	TÍTULO	INSTITUCIÓN
1. Adriana Amado, Raquel Tarullo	2015	Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional?	Universidad de Lima
2. Ángel L. Rubio Moraga	2004	Censura en la red: restricciones a la libertad de expresión en Internet	Universidad SEK de Segovia
3. Daniela López Martínez	2023	Racionalidad deliberativa y esfera pública: un estudio del espacio público en la Era del Capitalismo digital	UAM-I
4. Mario Ezquiel Ordoñez Huerta	2016	Medios sociales y cultura política: análisis de expresiones de medios de comunicación y usuarios de Facebook en México en el 2015	UAM-I
5. Mariana García Rosas	2023	El modelo de comunicación política empleado por la jefa del gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, en Twitter durante el año 2021	UNAM
6. Erik Ocaña Martínez	2019	Democracia digital, dos dimensiones: democracia y participación	UAM-I
7. María de Jesús Estrada Esquivel	2014	La influencia que ejercen los medios de comunicación en la agenda política. Televisa como principal actor	UAM-I
8. Jessica Angélica Banda Serrano	2013	Política y medios de comunicación en la elección del 2012	UAM-I
9. Emilia Gunduzhan Rial	2021	Comunicación Política en Youtube: contenido y audiencia	Universidad de Valladolid
10. Luciano M. Galperin	2022	Cómo los algoritmos modificaron la concepción de la segmentación de públicos en las campañas de comunicación digital en contexto de Big Data	Universidad Nacional de la Matanza
11. Ricardo R. Gómez Vilchis	2020	Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México	UAM-C
12 Sergio Tamayo	2007	<i>Las plazas sí votan: Etnografía política comparada de los cierres de campaña electoral, 2000-2006</i>	UAM-A

ANEXO 2. GRÁFICAS DE COMPARACIONES DE PARES DE TWEETS

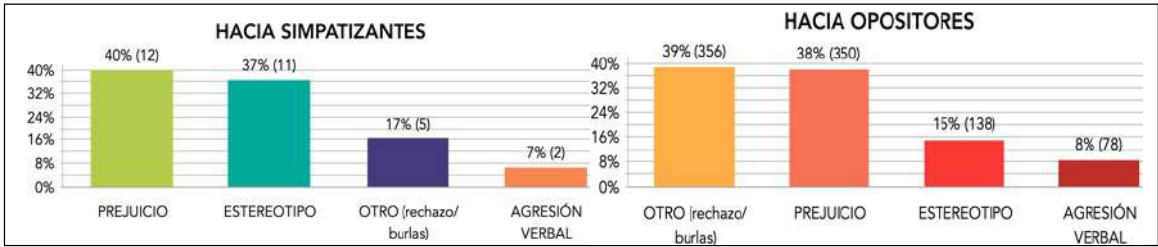
A2. COMPARACIÓN 1: Gráfica 1 y 2 vs Gráfica 3 y 4.



A2. Gráfica 1 Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 2 Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de @catrina_nortena
VS

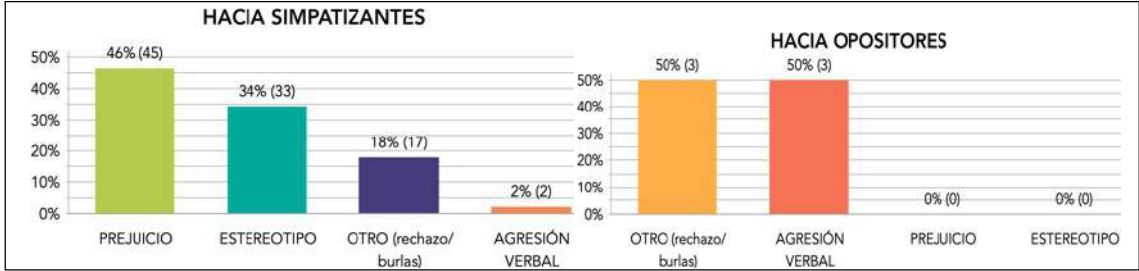


A2. Gráfica 3 Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 4 Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de @JJDiazMachuca

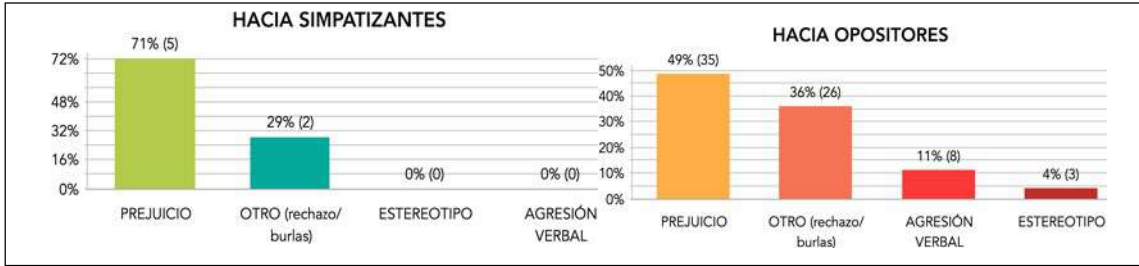
A2. COMPARACIÓN 2: Gráfica 5 y 6 vs Gráfica 7 y 8.



A2. Gráfica 5. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 6. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de 2@jorgeramosnews
VS

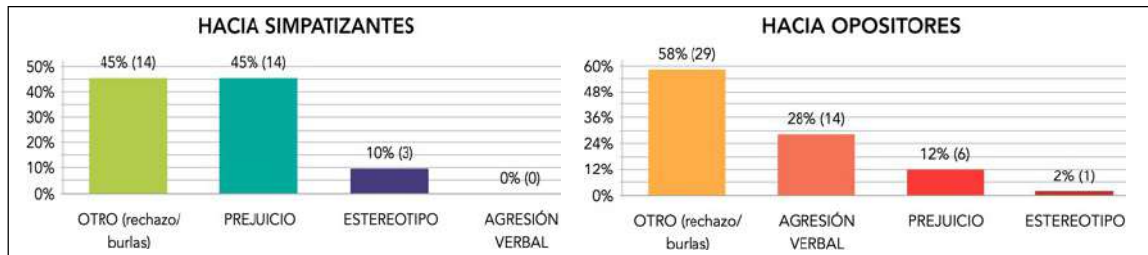


A2. Gráfica 5. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 6. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de 5@JusticiaTV_MX

A2. COMPARACIÓN 3: Gráfica 9 y 10 vs Gráfica 11 y 12.

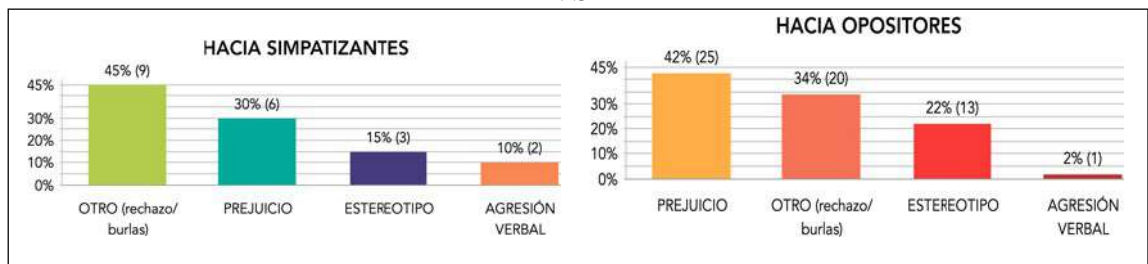


A2. Gráfica 9. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 10. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de [14@IrvingPineda](#)

VS

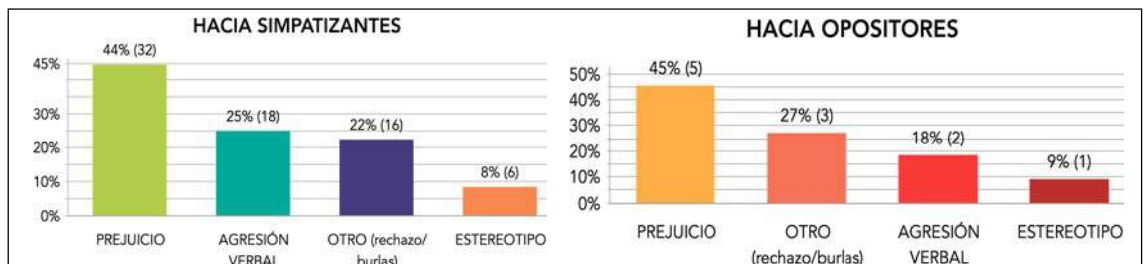


A2. Gráfica 11. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 12. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de [12@catrina_nortena](#)

A2. COMPARACIÓN 4: Gráfica 13 y 14 vs Gráfica 15 y 16.

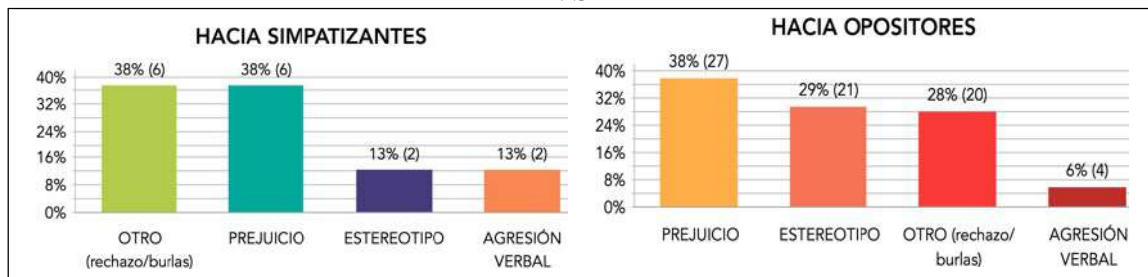


A2. Gráfica 13. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 14. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de [4@lasillarota](#)

VS

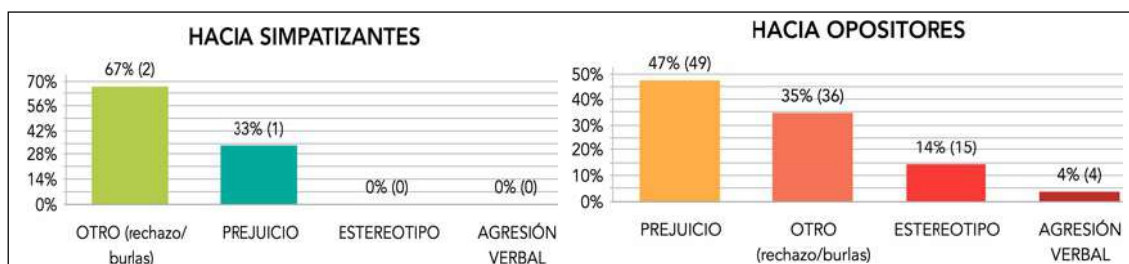


A2. Gráfica 15. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 16. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de [3@catrina_nortena](#)

A2. COMPARACIÓN 5: Gráfica 17 y 18 vs Gráfica 19 y 20.

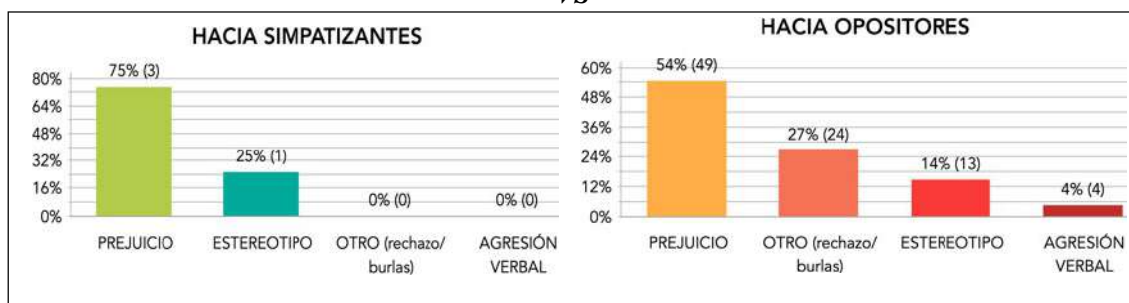


A2. Gráfica 17. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 18. Hostilidad hacia Opositores

Del tweet de [6@MlopezSanMartin](#)

VS



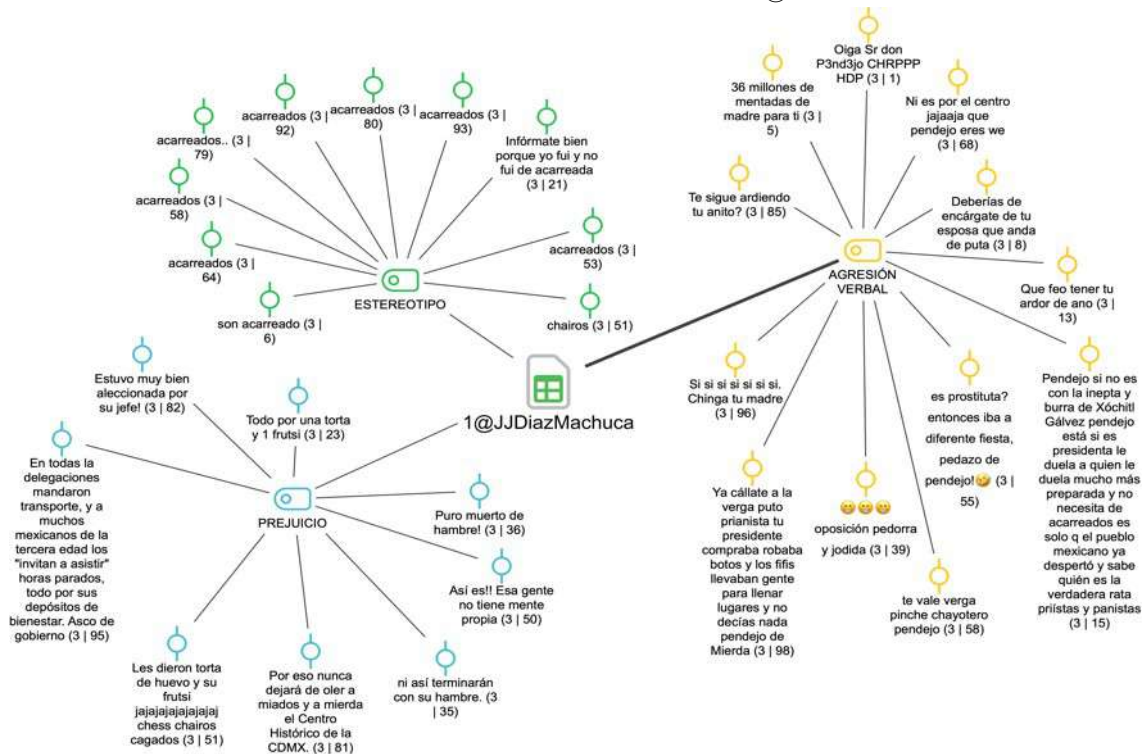
A2. Gráfica 19. Hostilidad hacia Simpatizantes.

A2. Gráfica 20. Hostilidad hacia Opositores

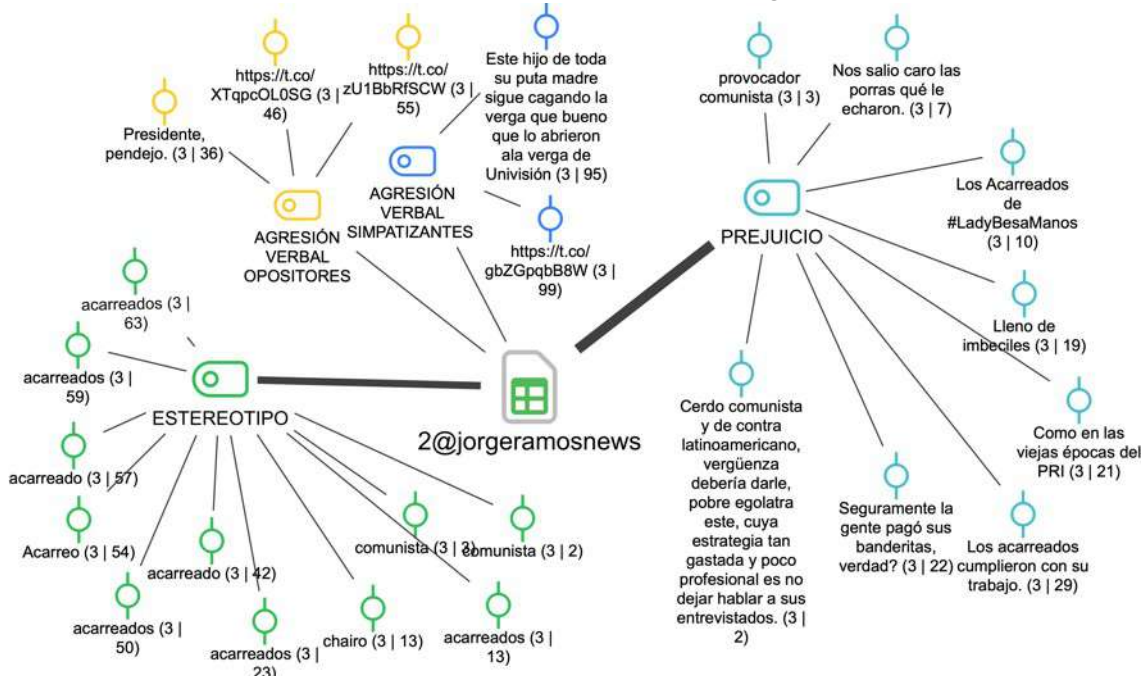
Del tweet de [7@catrina_nortena](#)

ANEXO 3. GRÁFICAS DE CASO ÚNICO: ESTEREOTIPO/PREJUICIO/AGRESIÓN

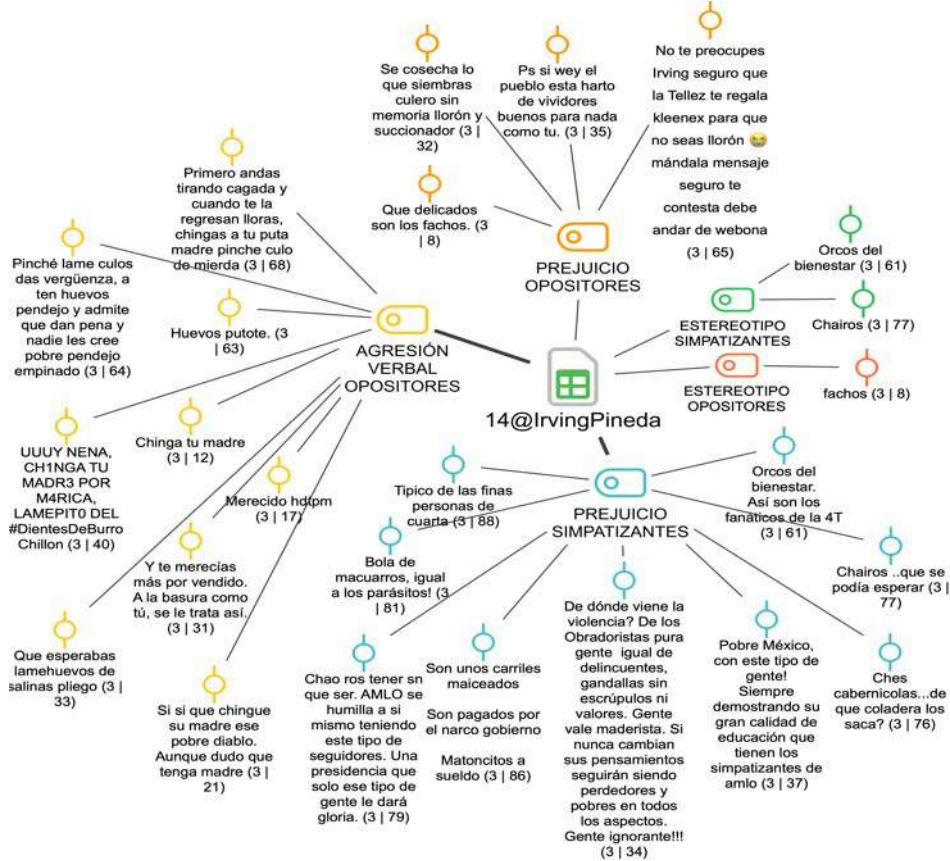
A3. Gráfica 1. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE @JJDiazMachuca



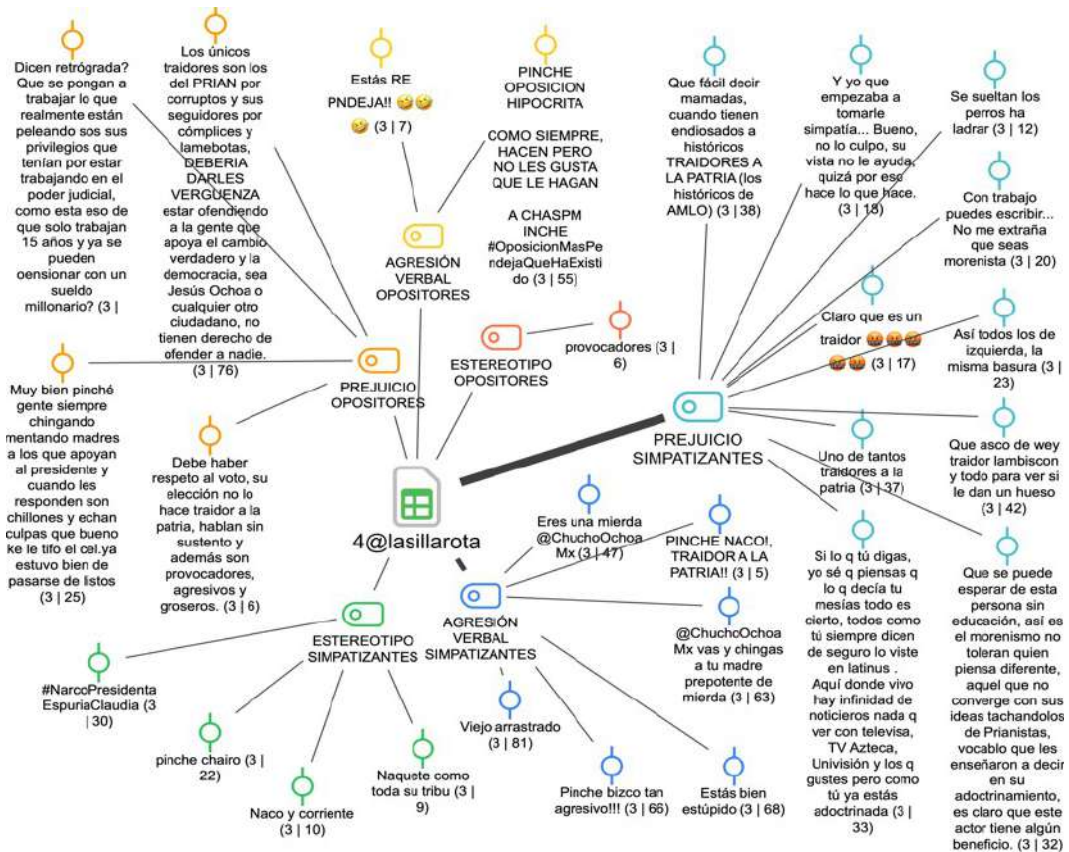
A3. Gráfica 2. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE @jorgeramosnews



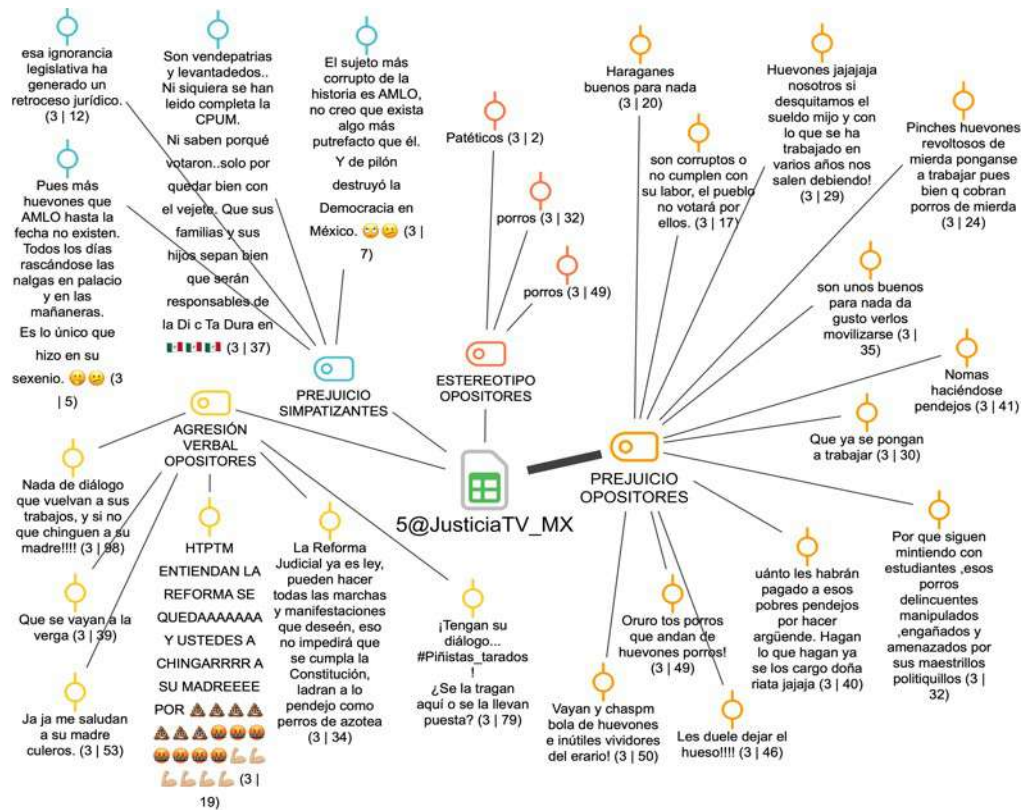
A3. Gráfica 3. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE DE @IrvingPineda



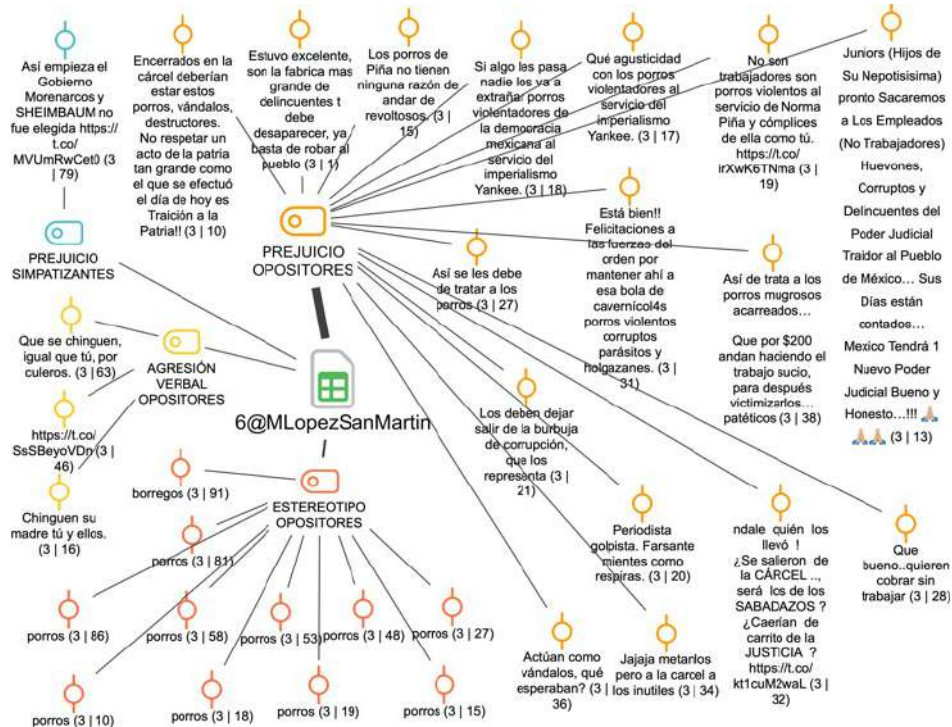
A3. Gráfica 4. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 4@lasillarota



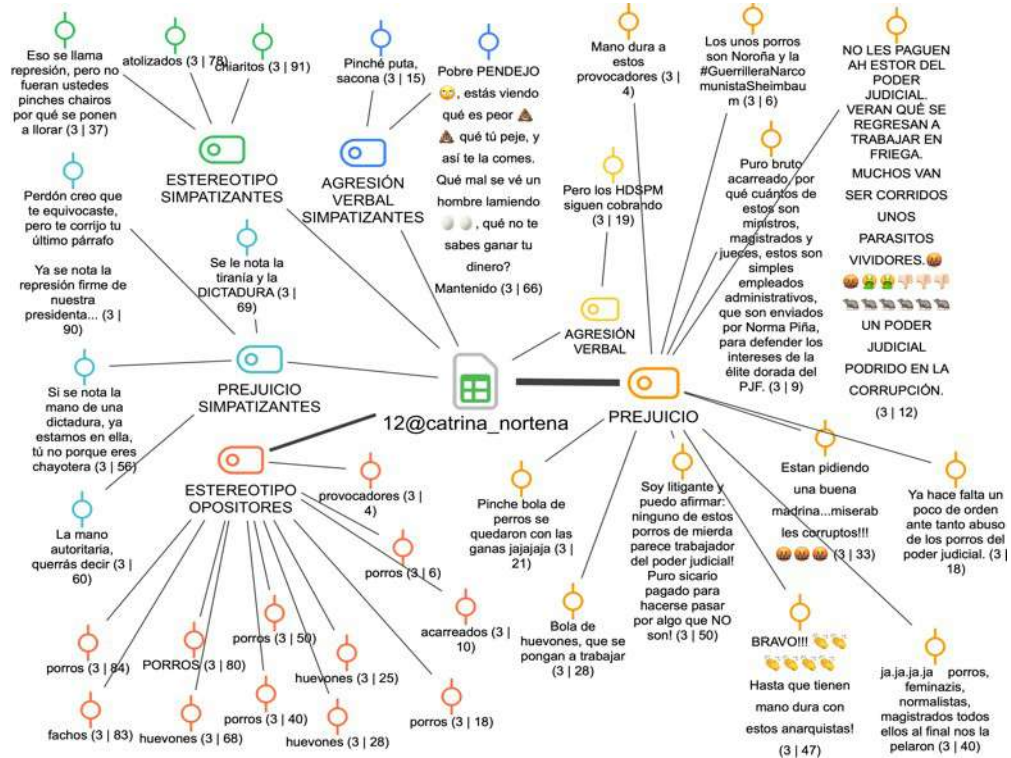
A3. Gráfica 5. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 5@JusticiaTV_MX



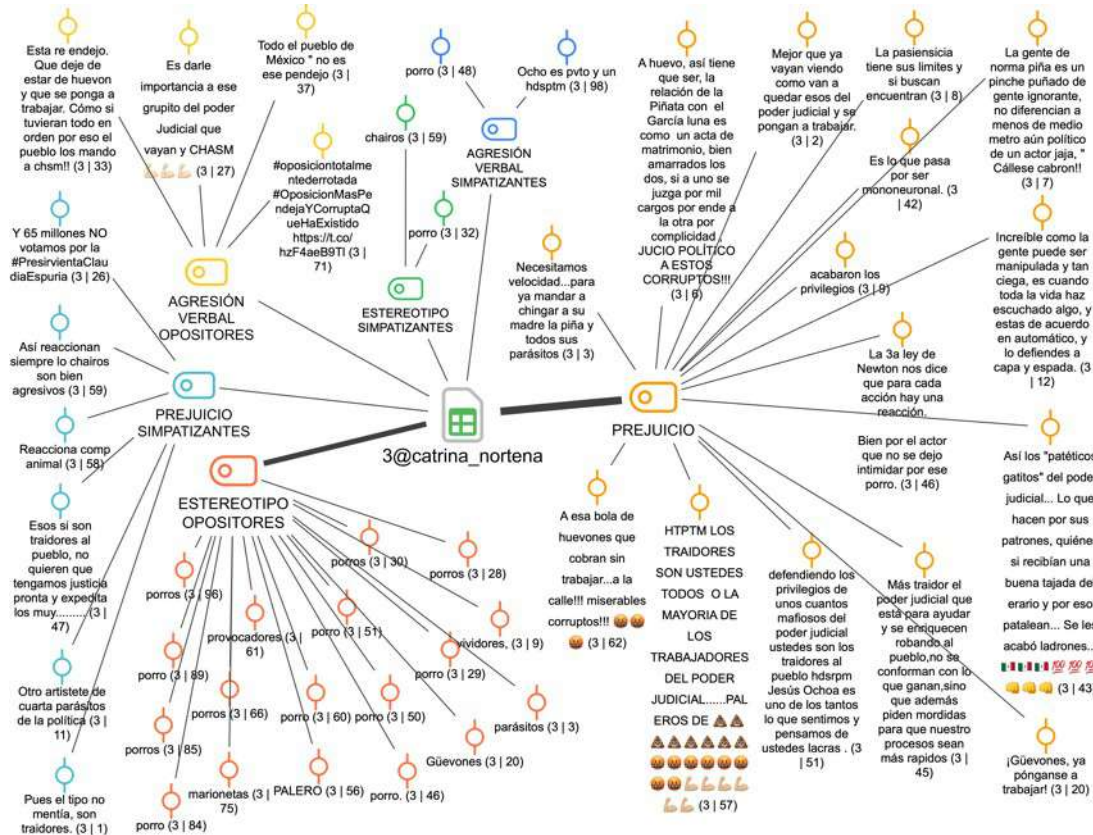
A3. Gráfica 6. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 6@MlopezSanMartin



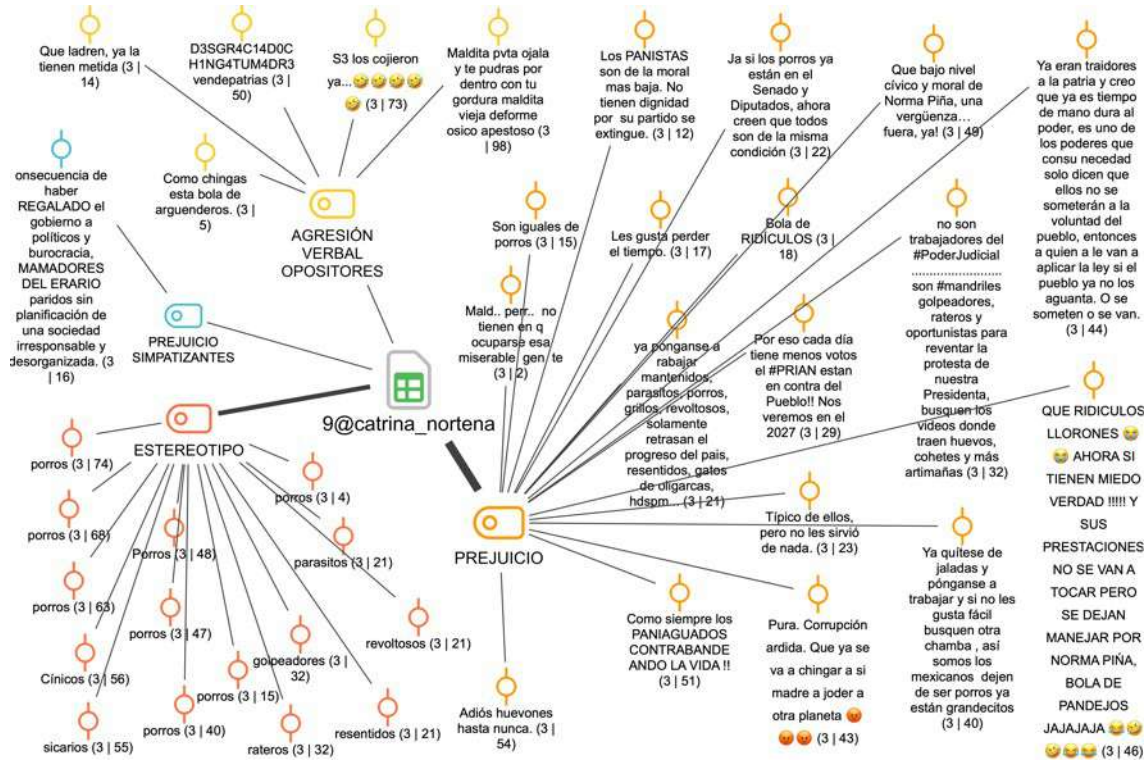
A3. Gráfica 7. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 12@catrina_nortena



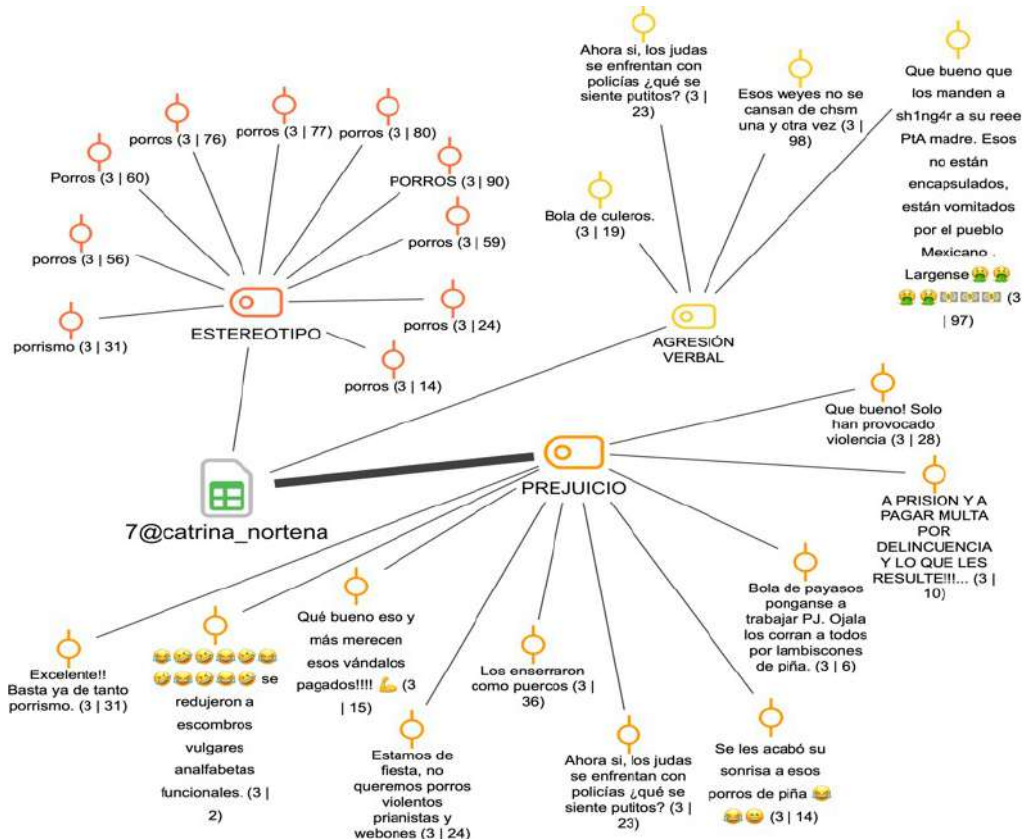
A3. Gráfica 8. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 3@catrina_nortena



A3. Gráfica 9. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 9@catrina_nortena



A3. Gráfica 10. 100 COMENTARIOS DEL TWEET DE 7@catrina_nortena



ANEXO 4. GRÁFICAS DE AUDITORÍAS DE SEGUIDORES A CUENTAS DE X

A4. Gráfica 1. Auditoría a @lasillarota



A4. Gráfica 2. Auditoría a @mlopezsanmartin



A4. Gráfica 3. Auditoría a @claudiashein



A4. Gráfica 4. Auditoría a @lopezobrador_



A4. Gráfica 5. Auditoría a @tania_rd



A4. Gráfica 6. Auditoría a @lauraentuitier



A4. Gráfica 7. Auditoría a @slp_today



A4. Gráfica 8. Auditoría a @carlaeurenaa



A4. Gráfica 9. Auditoría a @catrina_nortena



A4. Gráfica 10. Auditoría a @jjdiazmachuca



A4. Gráfica 11. Auditoría a @irvingpineda



A4. Gráfica 12. Auditoría a @jorgeramosnews



A4. Gráfica 13. Auditoría a @justiciatv_mx



A4. Gráfica 14. Auditoría a @bereaguiarv



A4. Gráfica 15. Auditoría a @jackspartanxx



A4. Gráfica 16. Auditoría a @ryo_hermoso



ANEXO 5. CAPTURAS DE TWEETS EMPAREJADOS

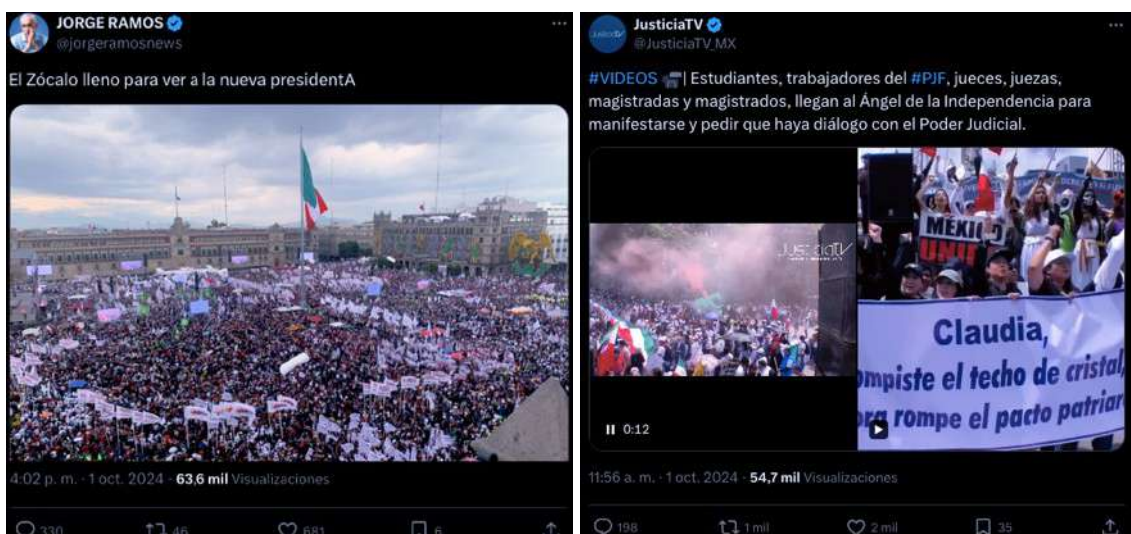
A5. Imagen 1 vs 2. Par de tweets con *tematización* opuesta. @catrina_nortena y @JJDiazMachuca en X



A5. Imagen 3 vs 4. Par de tweets con *framing* opuesto. @catrina_nortena y @lasillarota en X



A5. Imagen 5 vs 6. Par de tweets con *tematización* opuesta. @jorgeramosnews y @JusticiaTV_MX en X



A5. Imagen 7 vs 8. Par de tweets con *tematización* opuesta. @jorgeramosnews y @JusticiaTV_MX en X



A5. Imagen 9 vs 10. Par de tweets con *framing* opuesto. @MLopezSanMartin y @catrina_nortena en X.



ANEXO 6. SELECCIÓN FINAL DE TWEETS CON LINK Y ENGAGEMENT

A6. CUADRO 1. MEJORES TWEETS DE LÍDERES/LIDERZAGO PARA MAXQDA O ICR

No. Trend	Eng	Cuenta	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta	Hora	Fecha
9	1	@lopezobrador_	3,2 M	12 mil	100mil	01:43am	01/10/24
16	2	@XochitlGalvez	3,2 M	5mil	16mil	10:02am	01/10/24
4	3	@LauraMex	455 mil	1mil	35mil	12:29pm	01/10/24
35	4	@bereaguilarv	540,7 mil	1mil	21mil	11:09am	01/10/24
35	5	@ryo_hermoso	286,4 mil	1mil	13mil	04:12pm	01/10/24
35	6	@Aletse_04	117,9 mil	1mil	6mil	10:46am	01/10/24
2	7	@ecuernavaco2	46,2 mil	693	3mil	03:26pm	01/10/24
4	8	@SLP Today	91,9 mil	682	7mil	01:48pm	01/10/24
33	9	@lasillarota	72,5 mil	616	5mil	04:55pm	01/10/24
33	10	@CarlaEUrenaA	116,2 mil	466	6mil	11:26am	01/10/24
2	11	@Claudiashein	506,2 mil	376	8mil	04:08pm	01/10/24
5	12	@lopezdoriga	91,5 mil	324	1mil	12:47pm	01/10/24
33	13	@LuisaAlcalde	83,7 mil	284	5mil	02:59pm	01/10/24
30	14	@arnemx	50,4 mil	234	2mil	03:46pm	01/10/24
7	15	@rosaicela_	16,6 mil	199	1mil	11:53pm	01/10/24
35	16	@azucenau	69,8 mil	183	3mil	10:39am	01/10/24
3	17	@catrina_nortena	52,7 mil	165	1mil	10:29am	01/10/24
19	18	@rosaicela_	10,4 mil	160	748	05:07pm	01/10/24
16	19	@artemisalopezc	66.5K	141	1mil	01:58pm	01/10/24
5	20	@tania rd	251,5 mil	120	14mil	12:07am	01/10/24
15	21	@letroblerosa	126,9 mil	114	2mil	11:26am	01/10/24
4	22	@Pajaropolitico	97,9 mil	114	1mil	01:39pm	01/10/24
2	23	@El Universal Mx	20,5 mil	109	524	02:20pm	01/10/24
16	24	@anakarysolis	28,1 mil	106	451	12:28pm	01/10/24
6	25	@LuisCardenasMx	22 mil	104	1mil	10:21am	01/10/24
23	26	@sosagustina	46,5 mil	90	3mil	04:41pm	01/10/24
2	27	@LuisCardenasMx	9.779	85	36	04:24pm	01/10/24
33	28	@tania rd	56,9 mil	84	2mil	05:25pm	01/10/24
15	29	@Marisol Calva	111 mil	81	2mil	09:48am	01/10/24
16	30	@MLopezSanMartin	16,4 mil	75	548	10:16am	01/10/24
6	31	@El Universal Mx	104,8 mil	73	883	12:40pm	01/10/24
2	32	@nancy_contra	25,4 mil	70	4mil	12:20pm	01/10/24
13	33	@luisestrada_	16 mil	60	771	12:37pm	01/10/24

A6. CUADRO 1.1 LINKS TWEETS DE LÍDERES/LIDERZAGO

No.	Links originales: MEJORES TWEETS DE LIDERES/LIDERAZGO
1	https://x.com/lopezobrador_/status/1841021057794179387
2	https://x.com/XochitlGalvez/status/1841146602787848492
3	https://x.com/LauraMex/status/1841183779454321135
4	https://x.com/bereaguilarv/status/1841163583956427238
5	https://x.com/ryo_hermoso/status/1841239752248606842
6	https://x.com/Aletse_04/status/1841157851777028370
7	https://x.com/ecuernavaco2/status/1841228248505548984
8	https://x.com/SLP_Today/status/1841203460467016040
9	https://x.com/CarlaEUrenaA/status/1841167778956657083
10	https://x.com/Claudiashein/status/1841238847289426379
11	https://x.com/lopezdoriga/status/1841188143573450975
12	https://x.com/LuisaAlcalde/status/1841221515695796370
13	https://x.com/arnemx/status/1841233152225726975
14	https://x.com/rosaicela_/status/1841204927688839192
15	https://x.com/azucenau/status/1841156016727003227
16	https://x.com/catrina_nortena/status/1841153550149177561
17	https://x.com/rosaicela_/status/1841253759860592996
18	https://x.com/artemisalopezc/status/1841206040094023813
19	https://x.com/tania_rd/status/1840996958585966906
20	https://x.com/letroblerosa/status/1841167780810252428
21	https://x.com/Pajaropolitico/status/1841201214505009458
22	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1841211483319124080
23	https://x.com/anakarysolis/status/1841183410087477304
24	https://x.com/LuisCardenasMx/status/1841151577098224121

25	https://x.com/sosagustina/status/1841246968225366170
26	https://x.com/LuisCardenasMx/status/1841242810915176774
27	https://x.com/tania_rd/status/1841258202815479922
28	https://x.com/Marisol_Calva/status/1841143045451858213
29	https://x.com/MLopezSanMartin/status/1841150104197103953
30	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1841186561750192203
31	https://x.com/nancy_contra/status/1841181500152430939
32	https://x.com/luisestrada_/status/1841185767114117219
33	https://x.com/lasillarota/status/1841250496792969362

A6. CUADRO 2. MEJORES TWEETS DE HOSTILIDAD EXOGRUPAL PARA MAXQDA O ICR

No. Trend.	Eng	Cuenta	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta	Hora	Fecha
17	1	@ChuchoOchoaMx	3,6 M	10mil	38mil	01:26pm	01/10/24
28	2	@IrvingPineda	994,9 mil	3mil	6mil	01:01pm	30/09/24
12	3	@lasillarota	1,3 M	1mil	10mil	12:26pm	01-oct-24
26	4	@ferbelaunzaran	112,4 mil	1mil	4mil	08:19am	01/10/24
16	5	@LupitaChavezDeI	104,8 mil	1mil	4mil	12:27pm	01/10/24
27	6	@ferbelaunzaran	48,8 mil	963	3mil	09:52am	01/10/24
19	7	@JJDiazMachuca	220,8 mil	762	9mil	04:13pm	01/10/24
23	8	@ecuernavaco2	46,2 mil	692	3mil	03:26pm	01/10/24
33	9	@rthur013	2,6 M	676	28mil	05:52pm	01/10/24
6	10	@EmilioAlvarezI	34,8 mil	614	2mil	06:28am	01/10/24
33	11	@catrina_nortena	187,5 mil	602	9mil	07:48am	01/10/24
15	12	@MendozaAnaLuisa	49,6 mil	556	1mil	08:59am	01/10/24
27	13	@catrina_nortena	27 mil	364	1mil	10:57am	01/10/24
26	14	@MLopezSanMartin	50,2 mil	352	1mil	08:24am	01/10/24
19	15	@jorgeramosnews	63,5 mil	330	683	04:02pm	01/10/24
27	16	@catrina_nortena	69,6 mil	320	3mil	03:26pm	01/10/24
13	17	@SantaCarmelaC	334,3 mil	252	10mil	12:27pm	30/09/24
35	18	@catrina_nortena	41,4 mil	234	2mil	11:04am	01/10/24
4	19	@catrina_nortena	105,1 mil	230	5mil	11:12am	01/10/24
15	20	@lopezdoriga	73,3 mil	205	3mil	07:30am	01/10/24
26	21	@JusticiaTV_MX	54,6 mil	199	2mil	11:56m	01/10/24
6	22	@MLopezSanMartin	15,1 mil	188	941	08:42am	01/10/24
27	23	@El_Universal_Mx	44 mil	170	2mil	10:50am	01/10/24
6	24	@El_Universal_Mx	54,8 mil	164	2mil	10:59am	01/10/24
17	25	@pedroferri3	35,3 mil	156	729	03:06pm	01/10/24
35	26	@catrina_nortena	125,4 mil	151	7mil	12:19pm	01/10/24
26	27	@CarlosArteagaTo	19,7 mil	149	1mil	11:28am	01/10/24
27	28	@PonchoGutz	27,2 mil	144	664	10:39am	01/10/24
4	29	@ReporterosMX	21,9 mil	137	828	07:26am	01/10/24
27	30	@Melissa_Bely	45,8 mil	128	4mil	08:57am	01/10/24
15	31	@SinLinea_Mx	14,2 mil	119	426	10:45am	01/10/24
26	32	@El_Universal_Mx	33,3 mil	112	1mil	01:49pm	01/10/24
7	33	@El_Universal_Mx	33,3 mil	112	661	07:43am	30/09/24
19	34	@Erika_Velasco	118,7 mil	111	2mil	06:06pm	01/10/24
4	35	@Albert_Rudo	28,5 mil	86	1mil	04:12pm	01/10/24
33	36	@AristeguiOnline	20,4 mil	76	98	02:37pm	01/10/24
15	37	@lasillarota	33,2 mil	71	1mil	06:45am	01/10/24
27	38	@lasillarota	13,7 mil	66	850	07:33am	01/10/24
6	39	@letroblerosa	73,2 mil	63	2mil	02:24pm	01/10/24
6	40	@LuisCardenasMx	16,7 mil	57	1mil	10:56am	01/10/24
26	41	@JusticiaTV_MX	13,8 mil	55	1mil	04:41pm	01/10/24

A6. CUADRO 2.1 LINKS TWEETS DE HOSTILIDAD EXOGRUPAL

No.	Links originales: MEJORES TWEETS DE HOSTILIDAD EXOGRUPAL
1	https://x.com/ChuchoOchoaMx/status/1841198024678322556
2	https://x.com/IrvingPineda/status/1840829419868287111
3	https://x.com/lasillarota/status/1841182897900044381
4	https://x.com/ferbelaunzaran/status/1841120832392769693
5	https://x.com/LupitaChavezDeI/status/1841183143128104968
6	https://x.com/ferbelaunzaran/status/1841144146712474057
7	https://x.com/JJDiazMachuca/status/1841240128963883321

8	https://x.com/ecuernavaco2/status/1841228248505548984
9	https://x.com/rthur013/status/1841265043784060998
10	https://x.com/EmilioAlvarezI/status/1841092893529747951
11	https://x.com/catrina_nortena/status/1841113043347906626
12	https://x.com/MendozaAnaLuisa/status/1841130738135003488
13	https://x.com/catrina_nortena/status/1841160407580344526
14	https://x.com/MLopezSanMartin/status/1841121911549341782
15	https://x.com/jorgeramosnews/status/1841237290997481686
16	https://x.com/catrina_nortena/status/1841228185129640304
17	https://x.com/SantaCarmelaC/status/1840820783855157760
18	https://x.com/catrina_nortena/status/1841162279389110456
19	https://x.com/catrina_nortena/status/1841164183271796999
20	https://x.com/lopezdoriga/status/1841108506100875749
21	https://x.com/JusticiaTV_MX/status/1841175384332919118
22	https://x.com/MLopezSanMartin/status/1841126489997050162
23	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1841158634996199931
24	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1841161081051308280
25	https://x.com/pedroferriz3/status/1841223295380984079
26	https://x.com/catrina_nortena/status/1841181105199665500
27	https://x.com/CarlosArteagaTo/status/1841168358328168553
28	https://x.com/PonchoGutz/status/1841155909860335960
29	https://x.com/ReporterosMX/status/1841107319775461648
30	https://x.com/Melissa_Bely/status/1841130334823350461
31	https://x.com/SinLinea_Mx/status/1841157410506834337
32	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1841203925061423491
33	https://x.com/El_Universal_Mx/status/1840749410310926835
34	https://x.com/Erika_Velasco/status/1841268597319983152
35	https://x.com/Albert_Rudo/status/1841239787178770596
36	https://x.com/AristeguiOnline/status/1841215784338506044
37	https://x.com/lasillarota/status/1841096993801678869
38	https://x.com/lasillarota/status/1841109181551558786
39	https://x.com/letroblesrosa/status/1841212525146251418
40	https://x.com/LuisCardenasMx/status/1841160255121547467
41	https://x.com/JusticiaTV_MX/status/1841247027520319763

A6. CUADRO 3. MEJORES TWEETS DE FAVORECIMIENTO ENDOGRUPAL PARA MAXQDA

No. Trend	Eng	Cuenta	Visualizaciones	Comentarios	Me gusta	Hora	Fecha
31	1	@Claudiashein	2,1 M	2mil	54mil	12:47pm	01/10/24
15	2	@Claudiashein	695,6 mil	1mil	19mil	11:25am	01/10/24
23	3	@Claudiashein	649,6 mil	348	26mil	05:33pm	01/10/24
34	4	@rosaicela_	16,3 mil	210	1mil	01:05pm	01/10/24
34	5	@rosaicela_	14,4 mil	208	1mil	12:25pm	01/10/24
34	6	@rosaicela_	11 mil	202	819	01:25pm	01/10/24
34	7	@rosaicela_	16,6 mil	199	1mil	01:53pm	01/10/24
34	8	@rosaicela_	17,6 mil	190	1mil	01:32pm	01/10/24
33	9	@rosaicela_	13,1 mil	185	954	03:29pm	01/10/24
31	10	@rosaicela_	9,124	176	725	12:55pm	01/10/24
19	11	@rosaicela_	13,3 mil	175	1mil	05:18pm	01/10/24
35	12	@Juan_OrtizMX	157,8 mil	134	4mil	10:16am	01/10/24
31	13	@GobiernoMX	416,1 mil	132	2mil	09:58am	01/10/24
7	14	@EmbChinaMex	325 mil	115	9mil	05:30pm	01/10/24
32	15	@catrina_nortena	92,1 mil	96	8mil	12:04pm	01/10/24
33	16	@catrina_nortena	41 mil	84	4mil	12:00am	01/10/24
3	17	@ChicShion	107 mil	77	7mil	10:24am	01/10/24
33	18	@alvaro_delgado	53,8mil	75	6mil	11:47am	01/10/24
32	19	@ChicShion	57 mil	59	3mil	10:20am	01/10/24
7	20	@TheBigLudwig	20,1 mil	55	1mil	09:56am	30/09/24
33	21	@juanrubiog	687	55	116	03:21pm	01/10/24
34	22	@_LizVilchis	11,9 mil	50	1mil	11:37am	01/10/24

A6. CUADRO 3.1 LINKS TWEETS DE FAVORECIMIENTO ENDOGRUPAL

No.	Links originales: MEJORES TWEETS DE FAVORECIMIENTO ENDOGRUPAL
1	https://x.com/Claudiashein/status/1841188225584386447
2	https://x.com/Claudiashein/status/1841167624845361536
3	https://x.com/Claudiashein/status/1841260240228270184
4	https://x.com/rosaicela_/status/1841192623949955378
5	https://x.com/rosaicela_/status/1841182697500332512
6	https://x.com/rosaicela_/status/1841197881312641104
7	https://x.com/rosaicela_/status/1841204927688839192
8	https://x.com/rosaicela_/status/1841199451005993072
9	https://x.com/rosaicela_/status/1841229076457017741
10	https://x.com/rosaicela_/status/1841190338712453128
11	https://x.com/rosaicela_/status/1841256391354298659
12	https://x.com/Juan_OrtizMX/status/1841150232291098678
13	https://x.com/GobiernoMX/status/1841145647648686130
14	https://x.com/EmbChinaMex/status/1841259547672907857
15	https://x.com/catrina_nortena/status/1841177441349615906
16	https://x.com/catrina_nortena/status/1840995167450403317
17	https://x.com/ChicShion/status/1841152265517703599
18	https://x.com/alvaro_delgado/status/1841173119152627996
19	https://x.com/ChicShion/status/1841151265692152001
20	https://x.com/TheBigLudwig/status/1840782724740661432
21	https://x.com/juanrubio/status/1841227027787235470
22	https://x.com/LizVilchis/status/1841170632672747602

ANEXO 7. CUADRO DE TENDENCIAS DE X DEL 1 DE OCTUBRE EL 2024

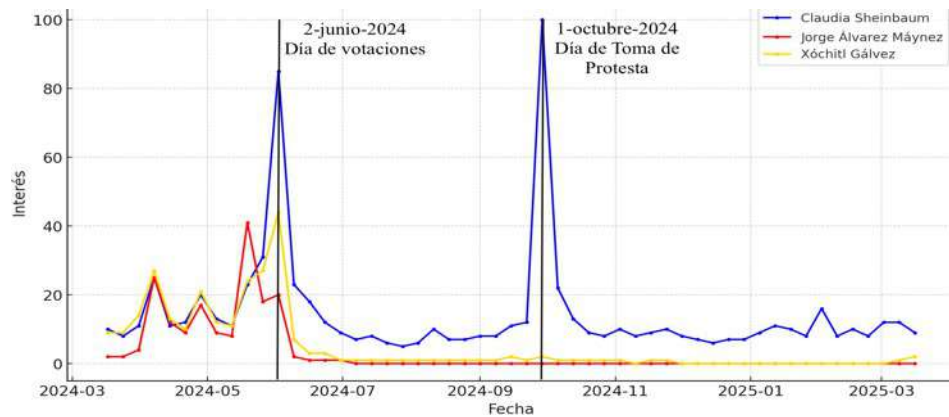
A7. CUADRO 1. TENDENCIAS DE X

#	TENDENCIA	RANGO	TWEET REVISADOS	COLECTADOS
1	#HastaSiemprePresidente	#1	160	47
2	Claudia Sheinbuam	#1	130	73
3	#TomaDeProtesta	#1	200	49
4	SCJN	#2	150	45
5	Estados Unidos Mexicanos	#3	250	56
6	San Lázaro	#3	250	57
7	Palacio Nacional	#3	320	57
8	Ifigenia Martínez	#3	220	50
9	Lárgate	#3	120	9
10	#DisfrutenLoVotado	#3	130	14
11	Felipe Calderón	#3	220	47
12	#PreSirvienta	#4	140	33
13	#PreSirvientaSheinbaum	#4	170	30
14	Acapulco	#4	120	15
15	Congreso de la Unión	#5	150	33
16	Xóchitl Gálvez	#5	150	28
17	Patético	#5	130	20
18	Manuel Velasco	#5	215	22
19	Zócalo	#6	260	61
20	#LaLocaDelSenado	#6	130	18
21	Ebrard	#6	80	10
22	Sergio Mayer	#7	160	31
23	Claudia Sheinbuam Pardo	#8	100	50
24	#HastaNuncaCobardeMatonc ito	#8	40	22
25	Arrastrada	#8	30	6
26	PJF	#9	150	77
27	Poder Judicial	#9	290	64
28	#DientesDeBurroChillon	#9	50	8
29	#NarcoExPresidenteAMLO	#9	75	12
30	Enrique Peña Nieto	#9	200	23
31	#EsTiempoDeMujeres	#10	150	42
32	Obrador	#10	310	48
33	Presidenta	#23	1,910	174
34	Presidenta de México	#36	435	144
35	Norma Piña	#37	200	83
Total	-	-	7,795	1,556

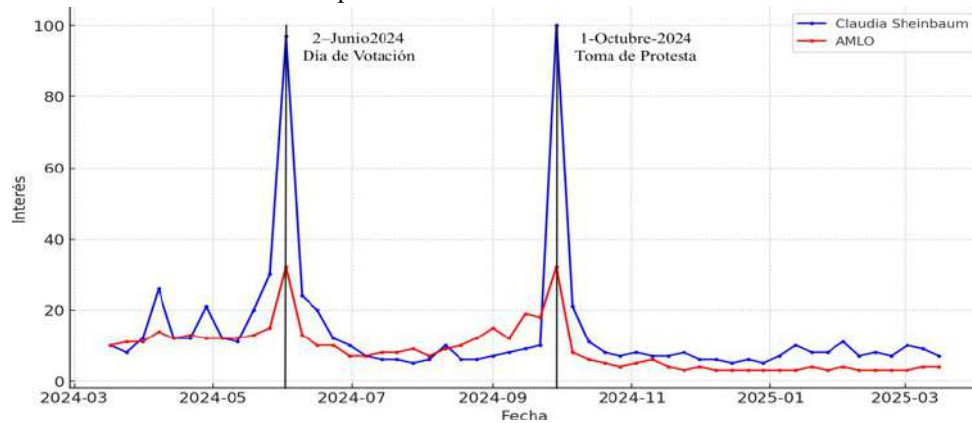
EL SOMBREADO ROJO INDICA EL PUNTO DE SATURACIÓN DE LA HOSTILIDAD

ANEXO 8. GRÁFICAS DE COMPARACIÓ DE LÍDERES EN *GOOGLE-TRENDS*

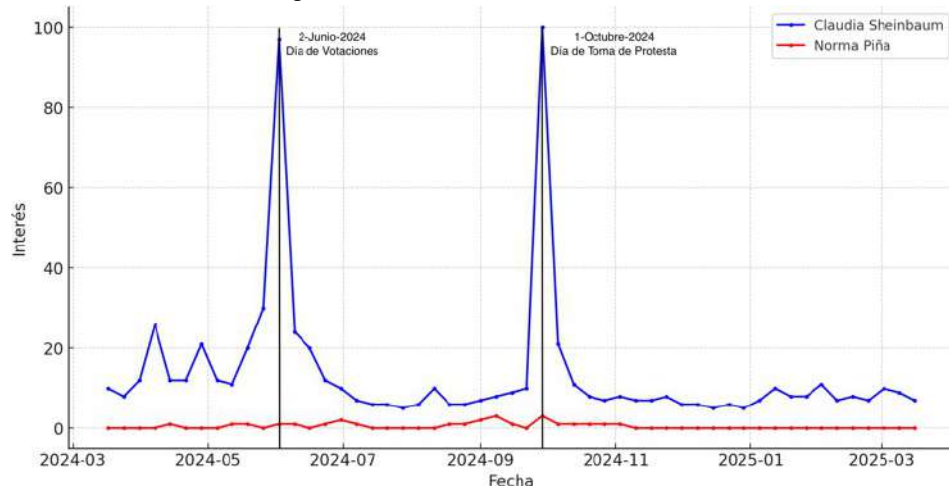
A8. Gráfica 1. Comparación entre “Claudia Sheinbaum”, “Xóchitl Gálvez” y “Jorge Álvarez Máynez”



A8. Gráfica 2. Comparación entre “Claudia Sheinbaum” vs “AMLO”



A8. Gráfica 3. Comparación entre “Claudia Sheinbaum” vs “Norma Piña”





Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00936

Matrícula: 2233804103

IDENTIDADES Y CONFLICTO
INTERGRUPAL EN X: ANÁLISIS
DE LA TOMA DE PROTESTA DE
CLAUDIA SHEINBAUM PARDO.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 11:00 horas del día 21 del mes de abril del año 2026 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. RAUL ROMERO RUIZ
DR. EDGAR MIGUEL JUAREZ SALAZAR
DRA. GABRIELA ELISA SUED
DR. JOSE OCTAVIO NATERAS DOMINGUEZ

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN PSICOLOGÍA SOCIAL

DE: MARCO ANTONIO MARTINEZ PACHECO

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

APROBAR

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

MARCO ANTONIO MARTINEZ PACHECO
ALUMNO

REVISÓ
MTRA. ROSALÍA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTORA DE LA DIVISIÓN DE CSH

DRA. SONIA PEREZ TOLEDO

PRESIDENTE

DR. RAUL ROMERO RUIZ

VOCAL

DR. EDGAR MIGUEL JUAREZ SALAZAR

VOCAL

DRA. GABRIELA ELISA SUED

SECRETARIO

DR. JOSE OCTAVIO NATERAS DOMINGUEZ