

XXIX Congreso Internacional de Estudios Electorales
Eje Temático: Opinión pública y comunicación política

**Emociones y redes sociodigitales en la comunicación política en las
elecciones presidenciales del 2018**
**Emotions and socio-digital networks in political communication in the 2018
presidential elections**

Victoria Elena Santillán Briceño (Facultad de Ciencias Humanas- UABC)

Ángel Manuel Ortiz Marín (Facultad de Ciencias Humanas- UABC)

Esperanza Vilorio Hernández (Facultad de Ciencias Humanas- UABC)

Resumen

Al ser las tecnologías de la información y comunicación (TICS) un dispositivo contemporáneo utilizado por miles de ciudadanos para la generación y distribución de la comunicación, las redes sociodigitales (RS) junto a sus múltiples opciones o modalidades de interacción humana, representan el dispositivo que instala condiciones singulares y originales para comunicar una diversidad de contenidos. Hecho que ante las próximas elecciones presidenciales del país brinda el escenario propicio para el análisis de la comunicación política, y en particular, la comunicación emocional. Manuel Castells (2009) expone que los políticos pueden ejercer su influencia, o bien, llegar o conservar el poder, si son capaces de asegurar que su mensaje llegue a los votantes.

Se trata de observar y analizar a partir de un posicionamiento metodológico cuantitativo con un diseño exploratorio, descriptivo e inductivo la comunicación emocional de los candidatos en las redes sociodigitales –Facebook y Twitter– en la contienda de las elecciones presidenciales del 2018. Trabajo inscrito en un ejercicio de investigación científica más amplia de un conjunto de observatorios de medios situados en universidades públicas y privadas adscritas al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), particularmente del Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte de la UABC acerca de los procesos electorales con el propósito de generar conocimiento que contribuya, por una parte a la comprensión del papel de las emociones en los procesos políticos, y por otra, a obtener una visión más amplia del proceso de la comunicación emocional en la política. Reconociendo que la intervención de las emociones en toda acción comunicativa de la política es básica si existe la intención de lograr influir en las decisiones de los ciudadanos.