

Redes sociales y cultura política en el proceso electoral para la elección de gobernador, 2017

Social networks and political culture in the electoral process for the gubernatorial election, 2017

Aldo Muñoz Armenta

El propósito de este trabajo es examinar los alcances de las redes sociales en las elecciones para gobernador realizadas el 4 de junio de 2017. El trabajo, a través de una encuesta estatal, revisará en qué medida los electores mexiquenses utilizaron las redes sociales para informarse en torno al trabajo de campaña de cada uno de los candidatos, así como los términos de sus propuestas en los diferentes rubros que se discutieron. La hipótesis del documento establece que el segmento de votantes jóvenes, ubicados en el intervalo de los 18 a 25 años no utilizaron la información obtenida en las redes sociales para decidir por quién votar, mientras que los electores mayores de 25 años encontraron en los medios digitales una herramienta para informarse y a partir de ello, tomar una decisión sobre qué partido o candidato debían votar. Asimismo, en la hipótesis se plantea que la mayoría de los electores mexiquenses, independientemente de su edad, aunque muestren variaciones sobre el nivel de utilidad de las redes sociales, la mayoría no las considera herramientas clave para obtener información para decir su voto.