

**Comunicación política y uso de redes sociales.
Las campañas electorales en el Estado de México en 2015**

*Ramiro Medrano González
Universidad Autónoma del Estado de México
rmedranog@uaemex.mx*

Resumen

¿Cuáles son los usos de las redes sociales en las elecciones locales? ¿Son los altos niveles de competencia electoral una variable que explica las intensidades en su uso? El presente trabajo explora una parte de la comunicación electoral de los candidatos a presidente municipal del Estado de México en 2015, particularmente el uso de las redes sociales, Facebook y Twitter, ya sea como estrategias de comunicación o bien como formas de gestionar la coyuntura.

Este análisis se realiza en tres casos de estudio: Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Partido de la Revolución Democrática (PRD). Se reconstruye una clasificación de los tipos de mensajes y las formas en cómo los candidatos se relacionaron con los votantes. Por lo tanto, se pone a discusión la hipótesis convencional que sostiene que el uso de las redes sociales, en espacios locales, incrementa la interacción candidatos-votantes con enfoques centralizados.

El argumento central de este trabajo es que independiente del grado de desarrollo económico o del nivel de competencia electoral (margen de victoria) en los municipios, los candidatos de los tres partidos más votados (PAN, PRI y PRD) utilizaron la tecnología (redes sociales) como correas de transmisión de información del tipo “diarios de campaña” y menos como espacios de interacción con el votante sobre agendas programáticas. Sostenemos que los cambios vertiginosos en las formas de organizar la vida diaria de las personas con el uso de las redes sociales aún no se lleva con la misma intensidad y velocidad a las campañas locales.