



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

FACULTAD DE GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA

MAESTRÍA EN GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA

Tesis

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS JÓVENES GUERRERENSES EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL 2024

Que para obtener el grado de

Maestra en Gobierno y Gestión Pública

Presenta

Lic. Connie Eleny Alarcón Salgado

Director

Dr. Edilberto Gallardo Valente

Codirector

Dr. Ricardo Nava Olivares

Chilpancingo de los Bravo, Guerrero, 13 de marzo de 2026.

DEDICATORIAS

A Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar esta meta.

A mis padres, Claudia y Fernando, por enseñarme con el ejemplo que la constancia siempre da frutos, por sus palabras, pero sobre todo por estar ahí sin falta, incluso cuando no sabían cómo ayudar.

A Luis Eduardo, por su apoyo incondicional, por escucharme quejar hasta de lo que no se podía, por ayudarme a llegar siempre puntual a todas mis clases y acompañarme en cada desvelo. Pero, sobre todo, por nunca dejar de recordarme lo mucho que valió la pena cada esfuerzo.

A mi hermano Fernando, por ser mi refugio en los momentos difíciles y mi impulso en los días de duda. Por enseñarme con el ejemplo que la constancia y generosidad abren caminos.

Esta meta también es de ellos, porque sin su guía, apoyo y amor, no habría llegado hasta aquí.

Y, a mí, por nunca rendirme.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Dr. Edilberto Gallardo Valente, director de esta tesis, por su acompañamiento académico, su orientación clara y constante, así como por su compromiso y disposición en cada etapa del proceso.

De igual forma, al Dr. Ricardo Nava Olivares, codirector de este trabajo, por sus valiosas observaciones y aportes críticos que enriquecieron de manera significativa el desarrollo de esta investigación.

A la Dra. Olivia Leyva Muñoz, coordinadora de la Maestría en Gobierno y Gestión Pública, le agradezco su guía profesional y su constante impulso para mantener la calidad académica del programa.

A mis docentes, quienes a lo largo de esta formación compartieron con generosidad sus conocimientos y experiencias, les reconozco con aprecio el impacto formativo que han tenido en mi trayectoria.

Asimismo, extendo un agradecimiento especial a la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) por el respaldo otorgado a través de la beca que me permitió continuar con mis estudios de posgrado. Su apoyo fue fundamental para la realización de este proyecto.



Ciencia y Tecnología
Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 1. SISTEMA DEMOCRÁTICO Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL.....	9
1.1. Régimen democrático en América Latina.....	9
1.2. Régimen democrático en México	16
1.3. Partidos políticos y sistemas de partidos	20
1.3.1. Sistemas de partidos.....	23
1.4. Comportamiento electoral y teorías del voto.....	27
1.4.1. La elección por mayoría y la paradoja del voto	32
1.5. Participación electoral y abstención.....	33
1.5.1. Abstencionismo.....	35
1.5.2. Participación ciudadana.....	37
CAPÍTULO 2. ACERCAMIENTO TEÓRICO SOBRE JOVENES Y REDES SOCIALES ..	41
2.1. Teoría del Capital Social de Robert Putnam.....	42
2.2. Conceptualización de redes sociales y comportamiento electoral.....	46
2.3. Jóvenes y redes sociales.....	49
2.3.1. Importancia de las redes en la política	52
2.3.2. Activismo político en redes sociales	53
2.4. El papel de los jóvenes en las elecciones presidenciales 2024	55
CAPÍTULO 3. LOS JÓVENES Y LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN GUERRERO 2024.....	59
3.1. Características sociales y económicas de Guerrero	59
3.2. Perfil demográfico de los jóvenes guerrerenses y acceso digital.....	61
3.2.1. Acceso digital y brechas.....	63
3.2.2. Implicaciones para la participación electoral	65
3.3. Redes sociales y campañas electorales	66
3.4. Comportamiento político-electoral de los jóvenes a través de redes sociales en Guerrero	70
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	73
4.1. Contexto de la investigación.....	73
4.2. Diseño de investigación	74
4.3. Universo, muestra, sujetos de investigación	75

4.4. Procedimiento: Diseño, validación y aplicación del instrumento.....	77
4.5. Descripción del proceso de recolección de datos	82
4.6. Análisis descriptivo.....	83
4.7. Prueba de hipótesis y evaluación de las categorías de análisis.....	110
4.8. Discusión	112
CONCLUSIONES.....	115
Bibliografía.....	119
ANEXOS.....	122

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales forman parte esencial de la vida cotidiana de muchas personas, influyen en múltiples aspectos, incluido, por supuesto, el político. En este contexto, el ámbito político-electoral no ha quedado al margen de esta transformación digital que ha ido avanzando a pasos acelerados. La manera en que las redes sociales han impactado en los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales del 2024 se convierte en un tema sumamente relevante, ya que, en México, estas plataformas han adquirido un papel importante en la configuración de la opinión pública, la participación cívica y las estrategias de campaña electoral.

Particularmente, en el proceso electoral presidencial de 2024, las redes sociales desempeñaron un papel central en la toma de decisiones del electorado joven. No obstante, esta influencia no debe considerarse un fenómeno unidimensional, debido a que, tiene aspectos positivos y negativos. Por una parte, estas plataformas digitales ofrecen a los partidos políticos y candidatos un canal ágil y directo para difundir sus propuestas, posicionamientos e incluso para interactuar con la ciudadanía. Por otro lado, también pueden ser empleadas como medios para la difusión de información falsa o como medio para ataques políticos, lo cual puede distorsionar la percepción pública y afectar negativamente el criterio de decisión del voto de los jóvenes.

Para aterrizar la investigación en el espacio y tiempo que pretendió este trabajo, es importante comprender la influencia de las redes sociales en el comportamiento electoral de los jóvenes, es necesario situar el estudio en el contexto político y social del estado de Guerrero, una entidad caracterizada por su diversidad cultural, desigualdad económica y marcada participación política. Guerrero ha sido históricamente un territorio con altos niveles de marginación y desafíos en materia de gobernanza, factores que inciden directamente en la forma en que la ciudadanía se informa, se organiza y participa en los procesos electorales. En los últimos años, las redes sociales se han convertido en un espacio fundamental para la expresión de las demandas sociales, la difusión de información política y la interacción entre los jóvenes y los actores públicos. Este entorno digital ha transformado las dinámicas de comunicación y participación en Guerrero, hace visible una nueva forma de involucramiento político que trasciende los canales institucionales tradicionales.

En este contexto, surge la pregunta rectora de la presente investigación: ¿Cómo influyeron las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses en la elección presidencial de México en 2024? Asimismo, la hipótesis que orienta este trabajo plantea que las redes sociales ejercieron una influencia significativa en el comportamiento electoral (intención del voto) de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024. Este planteamiento se inserta en la Línea de Investigación e Incidencia Social de la Gobernanza del posgrado de Gobierno y Gestión Pública, ya que busca analizar como las dinámicas digitales inciden en los procesos político-electorales y en como los jóvenes se ven influenciados en la decisión del voto por medios no convencionales como son las redes sociales.

A partir de la interrogante establecida con anterioridad, se determinó como objetivo general: analizar la influencia que tienen las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes de Guerrero, durante las elecciones presidenciales de 2024. Derivado de lo anterior, se definieron tres objetivos específicos: primero, analizar el contexto teórico de la participación de los jóvenes en el proceso electoral de 2024 y la influencia de las redes sociales en la intención del voto; segundo, estudiar el impacto de las redes sociales en los jóvenes guerrerenses durante dichas elecciones; y tercero, generar propuestas para la formulación de acciones de los partidos políticos que motiven la participación electoral de los jóvenes en Guerrero.

Este trabajo se desarrolló bajo el paradigma positivista, el cual parte del principio de que la realidad social puede ser observada, medida y explicada a través de datos objetivos. La investigación adopta una metodología cuantitativa, lo que permite analizar la información de manera sistemática y objetiva. Asimismo, el nivel de profundidad con el cual se hace este análisis es explicativo, ya que pretende no solo describir las características del fenómeno, sino también determinar el grado de relación existente entre las variables involucradas, con el fin de comprender como el contenido político en redes sociales puede incidir en la decisión del voto de los jóvenes.

Esta investigación, está estructurada en cuatro capítulos. En el capítulo 1, se abordan los antecedentes del trabajo, se habla sobre el régimen democrático y el comportamiento electoral, así como las principales teorías del voto y los niveles de participación y abstencionismo. En el capítulo 2, se presenta el marco teórico-conceptual, con énfasis en la teoría del capital social, propuesta por Robert Putnam y la relación con las redes sociales y la participación política de

los jóvenes. El capítulo 3 se enfoca directamente en los jóvenes guerrerenses y las elecciones de 2024, considerando variables como sus características sociodemográficas, el acceso digital y la relación entre redes sociales y campañas. Finalmente, el capítulo 4 contiene el diseño metodológico, el análisis de resultados y la discusión, así como la comprobación de la hipótesis y las conclusiones derivadas de la investigación.

CAPÍTULO 1. SISTEMA DEMOCRÁTICO Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL

La democracia, como forma de organización política, ha evolucionado junto con los contextos históricos y sociales que la rodean. Para comprender el comportamiento electoral de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024, es necesario partir de una revisión general sobre el régimen democrático en América Latina y México, así como de las dinámicas de participación ciudadana que lo acompañan. Este capítulo tiene como propósito sentar las bases teóricas y contextuales del régimen democrático, en el que se destacan las características principales, evolución en el ámbito nacional y las distintas teorías que explican el voto y la abstención. De esta forma, se busca brindar un marco de referencia sólido que permita entender el papel que juegan los ciudadanos, especialmente los jóvenes, en la toma de decisiones políticas dentro de una democracia representativa como la mexicana.

1.1. Régimen democrático en América Latina

En América Latina, la consolidación del régimen democrático ha sido un proceso complejo, marcado por avances y retrocesos constantes. Tras las dictaduras militares del siglo XX, muchos países de la región iniciaron transiciones hacia sistemas democráticos formales, adoptando constituciones, elecciones libres y mecanismos de participación ciudadana. Sin embargo, estos procesos no siempre se tradujeron en democracias sólidas, ya que persisten desafíos estructurales como la desigualdad social, la corrupción y la debilidad institucional. En este sentido, la región ha vivido lo que algunos autores denominan “democracias incompletas”, donde las reglas formales existen, pero su funcionamiento real se ve limitado por prácticas autoritarias o clientelares que erosionan la confianza ciudadana.

Aun con fragilidades, esta región se ha caracterizado por mantener una preferencia ciudadana hacia la democracia como forma de gobierno. De acuerdo con los informes del Latinobarómetro (Latinobarómetro Corporation, 2023), la mayoría de la población sigue considerando que la democracia es el mejor sistema político, aunque no siempre esté satisfecha con el desempeño. Esto refleja una paradoja común en la región: se valora el ideal democrático, pero se cuestiona la eficacia de las instituciones que lo sostienen. Así, los regímenes democráticos latinoamericanos enfrentan el reto de fortalecer la legitimidad a través de la transparencia, la

rendición de cuentas y una participación más activa de la sociedad civil, especialmente de los jóvenes, que hoy se expresan y movilizan también desde los espacios digitales.

En este contexto, resulta pertinente adentrarnos en el concepto de régimen democrático, por lo que primeramente es necesario precisar la definición de democracia, a grandes rasgos es el sistema de gobierno, donde el poder reside en el pueblo, directamente o a través de representantes. Sin embargo, a lo largo de la historia incontables autores han precisado en la definición y conceptualización de la democracia, por lo que resulta interesante conocer cómo y desde que perspectiva han hablado de democracia autores como Giovanni Sartori, quien dice que; “el término democracia desde siempre ha indicado una entidad política, una forma de Estado y de gobierno, y así ha permanecido como la acepción primaria del término” (Sartori, 2012).

Además, como uno de los teóricos más influyentes en el campo de la ciencia política; Giovanni Sartori (2012), establece que la democracia representativa es una evolución de la democracia directa. Mientras que en la democracia directa el pueblo decide por sí mismo sobre los asuntos públicos, en la representativa se produce una transferencia del poder mediante el sufragio, delegando la toma de decisiones en actores que asumen un mandato temporal. Este modelo, aunque menos "puro" en términos participativos, ha demostrado ser más viable para sociedades complejas y numerosas, en las que la participación continua y directa sería inviable.

Por otra parte, Sartori sostiene que esta forma de democracia debe ser entendida más allá de la simple elección de representantes. Lo representativo en democracia no se limita al acto del voto, sino que conlleva una estructura institucional que permite el control, la rendición de cuentas y la posibilidad de alternancia en el poder. En ese sentido, el autor enfatiza que la representación no elimina la participación ciudadana, sino que la canaliza a través de mecanismos institucionales más estables y sostenibles (Sartori, 2012).

Una de las principales ventajas de la democracia representativa, según Sartori, es que permite liberar al ciudadano de una participación política absorbente, como ocurría en la *polis griega*. Esta liberación, lejos de debilitar la democracia, posibilita el desarrollo de la sociedad civil en esferas extrapolíticas, lo que da lugar a una ciudadanía más diversa, plural y dinámica (Sartori,

2012). En otras palabras, el sistema representativo corrige los excesos del modelo directo, al ofrecer una forma más equilibrada de articulación entre el poder político y la libertad individual.

Ahora bien, la democracia representativa no está exenta de críticas ni de riesgos. Sartori advierte que no basta con tener elecciones periódicas y sufragio universal para hablar de un sistema verdaderamente democrático. Una representación sin opciones reales o sin mecanismos efectivos de rendición de cuentas puede convertirse en una farsa electoral. Por ello, el autor insiste en que la legitimidad del régimen representativo se sostiene en el cumplimiento de ciertas condiciones: pluralismo político, transparencia, acceso equitativo a la información y un electorado capaz de formar juicios autónomos (Sartori, 2012).

Asimismo, Sartori sostiene que la democracia representativa no es una forma acabada ni definitiva de organización política. Más bien, es una construcción dinámica que se adapta a los cambios tecnológicos, sociales y culturales (Sartori, 2012). En la actualidad, por ejemplo, las redes sociales han ampliado las formas de participación y de fiscalización ciudadana, lo cual representa tanto una oportunidad como un desafío para el modelo representativo. Estas nuevas plataformas han contribuido a que las personas, especialmente los jóvenes, se expresen políticamente más allá de las urnas, interpelando directamente a los representantes e incidiendo en el debate público.

En el marco del estudio de los regímenes democráticos, resulta indispensable profundizar en el concepto de democracia representativa, no solo por su importancia histórica y teórica, sino también porque es precisamente el tipo de democracia en la que se inscribe el sistema político mexicano y, por lo tanto, el eje sobre el cual se desarrolla esta investigación. En este sentido, hablar de democracia representativa implica reconocer una forma específica de organización del poder en la que el pueblo no ejerce su soberanía de manera directa, sino que lo hace a través de representantes electos mediante procedimientos institucionales.

No obstante, Sartori considera pertinente incluir también las nociones de democracia social y económica, ya que, al referirse a la democracia económica, indica que aunque a primera impresión puede parecer una expresión auto explicativa, esta solo lo es de forma inicial, porque partiendo de la idea de que la democracia política se fundamenta en la igualdad dentro del ámbito jurídico-político, y la democracia social en la igualdad de estatus, la democracia

económica guarda relación con la equidad en el plano económico, la disminución de las desigualdades y, por ende, con una distribución enfocada en el bienestar colectivo (Sartori, 2012).

Siguiendo con la idea de Sartori, una vez que se tienen claras las diferencias, sería prudente preguntar, ¿qué relación hay entre los distintos tipos de democracia: política, social y económica? La democracia política representa una base fundamental para las demás formas de democracia; mientras que los enfoques social y económico complementan y fortalecen su dimensión política; de tal modo que “democracia” sin calificativos suele entenderse como la democracia política. Sartori menciona que la distinción radica en que la democracia política tiene un papel superior y determinante, mientras que las otras dependen de ella; si no se consolida esta forma principal de democracia, es probable que las demás tampoco se materialicen plenamente; lo que justifica que históricamente se haya concebido la democracia, ante todo, como un sistema político estructurado y teorizado (Sartori, 2012).

Es importante también retomar la definición de Robert A. Dahl (2006), quien sostiene que una democracia razonablemente representativa solo puede existir si están presentes al menos ocho garantías institucionales:

1. Libertad para constituir e integrarse en organizaciones.
2. Libertad de expresión.
3. El derecho al voto.
4. Elegibilidad para cargo público.
5. Derecho de los líderes políticos a competir por el voto.
6. Fuentes alternativas de información.
7. Elecciones libres y limpias.
8. Que las políticas gubernamentales dependan del voto y de otras manifestaciones de preferencia.

Dahl (1999) explica que las primeras seis garantías institucionales representan los principios clásicos de la libertad democrática, especialmente aquellas relacionadas con la libertad de expresión y de reunión, las cuales a su vez reflejan el valor fundamental de la igualdad dentro del sistema democrático. En contraste, señala que las garantías séptima y octava pueden

presentar variaciones según el diseño institucional de cada país, en particular en lo referente a los mecanismos electorales y las prácticas que aseguran la rendición de cuentas del gobierno.

Sin embargo, diversos autores han propuesto enfoques más amplios para definir la democracia, incluyendo dimensiones adicionales a las tradicionales. Tal es el caso de Morlino (2020), quien sostiene que para poder hablar de democracia también es necesario considerar su calidad. Desde su perspectiva, evaluar qué tan buena es una democracia implica partir tanto de su definición formal como de los principios que la sustentan. Para ello, propone una noción mínima que debe cumplir cualquier régimen político: el reconocimiento del sufragio universal (masculino y femenino), la existencia de elecciones periódicas, libres y competitivas, la presencia de múltiples partidos políticos y diversas fuentes de información. Si estos elementos están garantizados, entonces es posible analizar, desde un enfoque empírico, hasta qué punto se han alcanzado los fines esenciales de una democracia ideal: la libertad y la igualdad.

Asimismo, es necesario mencionar a un segundo autor, quien para hacer una mínima definición de democracia menciona que esta es de tipo procedimental, es aquella que marca un sistema de reglas sobre quien tiene la facultad para tomar decisiones específicas, y bajo procedimientos establecidos.

Bobbio dice que:

La democracia, entendida en contraposición a los sistemas autocráticos, puede definirse como un régimen sustentado en un conjunto de normas fundamentales que determinan quién tiene la legitimidad para tomar decisiones colectivas y bajo qué mecanismos se deben llevar a cabo dichos procesos. (Bobbio, 1996).

Esta definición procedimental compuesta por seis formas distintas de lo que denomina “procedimientos universales”, a los cuales también se les podría referir como las reglas de juego democrático. Dichas “reglas” son las siguientes:

- 1) Todas las personas que hayan alcanzado la mayoría de edad, independientemente de su raza, nivel económico o género, deben gozar plenamente de los derechos políticos. Esto implica que cada individuo tiene el derecho de expresar libremente su opinión y de elegir a alguien que lo represente;

- 2) El voto de cada ciudadano debe tener el mismo valor en el proceso electoral;
- 3) Todas las personas con derechos políticos deben tener la libertad de emitir su voto conforme a su propia opinión, formada de manera autónoma e informada, dentro de una competencia equitativa entre partidos políticos organizados;
- 4) Deben contar con opciones reales al momento de elegir, es decir, tener la posibilidad de escoger entre alternativas partidarias que representen diferentes propuestas y enfoques;
- 5) En los procesos electorales como en la toma de decisiones colectivas, debe aplicarse la regla de la mayoría, lo que significa que será válida aquella decisión que reciba la mayor cantidad de votos;
- 6) No obstante, ninguna decisión adoptada por mayoría debe vulnerar los derechos de las minorías, en especial su derecho a competir en igualdad de condiciones y eventualmente convertirse en mayoría (Bobbio, 1996).

En suma, la democracia representativa, como lo plantea Sartori, es el modelo político que mejor se ha adaptado a las condiciones contemporáneas de pluralismo, complejidad y escala poblacional. Su eficacia, sin embargo, depende en gran medida de la calidad de las instituciones, del nivel de cultura cívica de los ciudadanos y de su capacidad para incorporar nuevas formas de expresión y participación política. Esta investigación asume esa perspectiva y se propone analizar, desde dicha concepción, cómo los jóvenes guerrerenses interactúan con el sistema democrático a través de las redes sociales y cómo estas plataformas influyen en su decisión de voto durante las elecciones presidenciales de 2024.

En el caso de México, y particularmente en contextos como el del estado de Guerrero, la democracia representativa enfrenta retos importantes relacionados con la desconfianza ciudadana, el clientelismo, la falta de transparencia y la baja participación electoral de los jóvenes. Sin embargo, sigue siendo el marco institucional sobre el cual se organiza la vida política y a partir del cual los ciudadanos pueden, a través del voto y de otros mecanismos legítimos, incidir en las decisiones públicas. En ese sentido, entender la democracia representativa no solo desde una perspectiva normativa, sino también empírica, es crucial para

analizar el comportamiento electoral de los jóvenes y el papel que juegan las redes sociales en este proceso.

De acuerdo con lo anterior, también es importante dejar en claro que la democracia, en algunos países como el caso de México no se ha podido consolidar, no significa que sea un mal régimen, todo lo contrario, recientemente, y debido al crecimiento exponencial de las redes sociales y los diferentes medios de comunicación, hoy podemos observar juventudes más conscientes, la democracia es un régimen dinámico, pero también inestable, donde es muy posible que algunas instituciones públicas tengan mejores resultados debido a las exigencias de la sociedad, y esto traiga consigo un avance en la consolidación de la democracia.

Una característica específica de la democracia está en las formas de participación de la ciudadanía, en la toma de decisiones públicas y en que se cuenten con múltiples mecanismos de representación que permitan cubrir las demandas de la población, así como establecer acciones de gobierno acordes a los intereses y necesidades de la mayoría. La democracia es un régimen que funciona a través de una serie de características para llevar a cabo el ejercicio del poder, así como el acceso al mismo, sin embargo, esto no es lo único que le brinda el dinamismo a la democracia, también lo es como se involucran los actores, los cuales siempre se encontrarán en un proceso competitivo y de transformación.

En síntesis, el régimen democrático puede entenderse como un conjunto de instituciones, normas y prácticas que permiten la organización del poder político con base en la participación ciudadana, la competencia electoral y el respeto a los derechos fundamentales. A diferencia de la simple noción de “democracia” como valor o principio, el régimen democrático alude a su funcionamiento estructural, es decir, a la manera en que el poder se ejerce, se controla y se legitima dentro de un Estado. En este modelo, las elecciones son el mecanismo central para la renovación del poder, pero su verdadera esencia radica en la existencia de pluralismo político, rendición de cuentas y canales efectivos de representación y deliberación.

Por tanto, hablar de régimen democrático implica reconocer tanto las dimensiones institucionales como los componentes sociales y culturales. No basta con tener normas o elecciones periódicas; es indispensable que existan condiciones de igualdad, libertad y participación sustantiva. En este marco, las redes sociales emergen como un espacio cada vez

más relevante, ya que reconfiguran las formas de interacción política y otorgan nuevas herramientas a la ciudadanía para ejercer vigilancia, expresar inconformidades o promover causas colectivas. De este modo, el régimen democrático contemporáneo se redefine constantemente, adaptándose a los cambios tecnológicos y sociales que transforman la manera en que los ciudadanos se relacionan con el poder.

1.2. Régimen democrático en México

Para hablar de régimen democrático en México, es necesario hacer un recorrido sobre la transición política en México, específicamente sobre las reformas electorales.

En este proceso, el concepto de “reformismo electoral” se vuelve prioritario para entender cómo se ha ido construyendo el régimen democrático mexicano contemporáneo. Tal como lo explica Luis Carlos Ugalde (2017), entre 1977 y 2014 se produjeron al menos nueve grandes reformas que cambiaron las reglas de competencia política, los mecanismos de acceso al poder y la estructura de las instituciones encargadas de organizar las elecciones. Este proceso de cambio constante no solo refleja la evolución de un sistema político que buscaba legitimarse, sino también la necesidad de responder a las crecientes demandas de apertura, equidad y transparencia por parte de la sociedad.

Ugalde sostiene que el reformismo electoral en México no fue un proceso planeado de manera integral, sino más bien una estrategia reactiva frente a contextos de crisis de legitimidad, conflictos poselectorales o presiones de la oposición. A pesar de eso, los efectos fueron significativos: permitió la expansión gradual de la competencia política, la inclusión de nuevas fuerzas partidistas, y el fortalecimiento de la institucionalidad electoral. Particularmente, Ugalde subraya que la reforma de 1977 representó un punto de inflexión, ya que permitió el ingreso legal de partidos minoritarios y abrió paso a un sistema más plural. Sin embargo, también plantea que muchas de estas reformas fueron “reformas de élite”, es decir, pactadas desde arriba y diseñadas más para preservar el equilibrio de poder que para empoderar a la ciudadanía (Ugalde, 2017).

Con el paso del tiempo, este reformismo acumulativo configuró un sistema electoral robusto, con instituciones especializadas como el Instituto Federal Electoral (hoy INE), un padrón confiable y mecanismos de fiscalización más estrictos. Ugalde reconoce que estas

transformaciones colocaron a México como un referente regional en materia electoral. No obstante, también advierte sobre las limitaciones: muchas reformas se enfocaron más en los procedimientos que en la calidad de la democracia; es decir, se privilegió lo técnico sobre lo sustantivo. A juicio del autor, mientras el aparato electoral se volvió más complejo y costoso, la representación política siguió enfrentando problemas de desconfianza, clientelismo y baja participación (Ugalde, 2017).

Por otra parte, sostiene que, a partir de la alternancia del año 2000, el reformismo electoral adquirió un nuevo matiz. Ya no se trataba de abrir el sistema a la competencia (porque eso ya se había logrado en gran parte), sino de corregir las disfuncionalidades: el uso excesivo de dinero en campañas, la opacidad en el financiamiento de los partidos, y la judicialización del proceso electoral. Así, las reformas posteriores, como la de 2007 y la de 2014, buscaron establecer mayores controles y centralizar funciones en el INE. Sin embargo, esta tendencia también generó tensiones entre los organismos electorales y los actores políticos, debilitando la confianza en el sistema que tanto costó construir (Ugalde, 2017).

También reflexiona sobre la paradoja del reformismo mexicano: mientras más se reforma, más se percibe una crisis. Esto se debe, en parte, a que muchas reformas han sido impuestas como reacción a derrotas electorales, más que como resultado de un consenso nacional sobre los principios democráticos. Por eso, el autor sostiene que el ciclo de reformas ha llegado a un punto de agotamiento. Continuar modificando las reglas sin atender los problemas estructurales de la democracia, como la cultura política autoritaria, la corrupción o la desigualdad, puede terminar por erosionar lo que ya se ha avanzado.

En este sentido, el trabajo de Ugalde resulta útil no solo para entender cómo se ha configurado el régimen democrático mexicano, sino también para cuestionar su estabilidad y calidad. Si bien es cierto que hoy en día existen condiciones mínimas para hablar de una democracia electoral funcional (como elecciones regulares, participación multipartidista y órganos autónomos), también es necesario reconocer que estos logros están en riesgo cuando se usan las reformas como arma política o se desprestigia sistemáticamente a las instituciones electorales (Ugalde, 2017).

Finalmente, concluye que, el reto actual no es seguir reformando por reformar, sino cimentar una ciudadanía más activa y un sistema político más responsable. Solo así se podrá fortalecer verdaderamente la democracia representativa en México y garantizar que los procesos electorales no solo sean legales, sino también legítimos y efectivos en la representación del interés público.

Ahora bien, una vez realizada una revisión general sobre las reformas electorales en México, hablaremos del sufragio, el cual representa un elemento indispensable y básico para el sistema democrático, lo que puede lograr que legitimar al gobierno y el sentimiento de conformidad con la auténtica representatividad política.

Para retomar al sufragio como un derecho político-electoral, y como obligación, el ejercicio beneficia directamente a la democracia, es importante definirlo, tanto la concepción misma, tener en cuenta como las características que le involucran y, así como a la obligatoriedad que conlleva en el derecho electoral mexicano.

En cuanto a la primera definición del sufragio, La Real Academia de la Lengua Española, dice que; el vocablo proviene del latín *suffragium*, cuyo significado se relaciona con “apoyo”, “favor” o “socorro”; en un sentido restringido lo interpreta como el mecanismo mediante el cual se otorga el derecho al voto únicamente a aquellos ciudadanos que cumplen con ciertos requisitos, mientras que en un sentido universal lo concibe como el derecho de participación electoral para todos los ciudadanos, salvo en casos específicos (RAE, 2001).

El sufragio, además de ser un derecho político fundamental, representa un pilar clave dentro de la estructura de la democracia representativa. Los procedimientos establecidos por las instituciones encargadas de la representación no pueden considerarse legítimos si no existe un adecuado reconocimiento y garantía de los derechos políticos de la ciudadanía. Tales derechos comprenden un conjunto de facultades que aseguran la intervención de los ciudadanos en la toma de decisiones del poder público. Según Nohlen (2004):

- Ser electos y ejercer cargos de representación popular,
- participar en la elaboración de normas y políticas públicas y,

- controlar el ejercicio de las funciones públicas encomendadas a los representantes

Así, el sufragio no solo representa una herramienta de expresión ciudadana, sino que también fortalece los principios democráticos al asegurar la legitimidad del poder público y la inclusión ciudadana en la toma de decisiones.

La transición democrática que vivió México durante el último cuarto del siglo XX definió el rumbo político del país debido a que se incorpora en la agenda política el reclamo de la sociedad de contar con elecciones transparentes, competitivas y justas, que Mauricio Merino lo denominó como “la transición votada”.

Este tránsito hacia la democracia ha sido objeto de numerosos estudios, en los cuales sobresalen las reformas electorales que marcaron la evolución política de México, así como el fortalecimiento de los partidos políticos de oposición, considerados mecanismos clave del cambio experimentado por el país. En este sentido, se puede afirmar que la democratización en México se dio, en gran medida por la vía electoral.

Durante este período, se construyeron instituciones y se formaron consensos que no solo involucraron a los actores políticos, sino también a diversos sectores de la sociedad, quienes adoptaron y se comprometieron con la exigencia de que el voto fuera un instrumento efectivo para la conformación de los poderes por la vía electoral.

La transición democrática representó una etapa llena de esperanza para la ciudadanía. A pesar de no ser un proceso lineal, logró consolidar un círculo virtuoso en el que los procedimientos de negociación pacífica surgieron como herramientas clave para desarticular el conflicto social y la inconformidad política de la época. Este contexto permitió avanzar hacia el objetivo de que quienes gobernarán surgieran de un sistema democrático, basado en elecciones libres, transparentes y representativas (García, 2021).

A partir de las transformaciones políticas y electorales de las últimas décadas, México consolidó un régimen democrático de carácter representativo, sustentado en la existencia de elecciones libres, pluralismo político y autonomía institucional. Sin embargo, este régimen no se ha desarrollado de manera uniforme ni exenta de tensiones. La democracia mexicana ha mostrado una constante tensión entre su estructura formal (las reglas e instituciones) y su práctica

cotidiana, donde persisten rezagos como el clientelismo, la corrupción y la desigualdad social. En otras palabras, el país cuenta con las condiciones mínimas de una democracia electoral, pero aún enfrenta obstáculos para fortalecer su dimensión sustantiva: aquella que garantiza igualdad, participación efectiva y rendición de cuentas.

El régimen democrático mexicano se ha sostenido principalmente a través del voto como mecanismo de legitimación del poder, pero su estabilidad también depende del grado de confianza que los ciudadanos depositen en las instituciones. En este sentido, la relación entre ciudadanía y sistema político se ha vuelto más compleja. Por un lado, las reformas electorales han permitido una mayor apertura y competencia; por otro, los altos niveles de desafección política y abstencionismo muestran que la democracia no ha logrado traducirse plenamente en una representación efectiva. Este desencanto ciudadano ha impulsado nuevas formas de participación que no se limitan al ámbito electoral, como las movilizaciones sociales y la exigencia de mayor rendición de cuentas.

En la actualidad, el régimen democrático mexicano enfrenta el reto de consolidarse más allá de las instituciones formales, buscando fortalecer la confianza pública, garantizar la equidad en la competencia política y promover una participación ciudadana más activa. La democracia mexicana se mantiene en constante evolución, marcada por los logros obtenidos a lo largo de su transición y por los desafíos que persisten en su consolidación. Solo mediante el fortalecimiento institucional, la cultura cívica y el ejercicio responsable de los derechos políticos podrán afirmarse plenamente como un régimen democrático sólido y funcional.

1.3. Partidos políticos y sistemas de partidos

Los partidos políticos, jugaron un papel fundamental en la transición democrática, debido a que, su finalidad institucional fue pensada para convertirse en precursores y promotores de la participación ciudadana. Sin embargo, es necesario definir las categorías principales, para lo cual, se toman las referencias de algunos autores:

1) Stefano Bartolini señala que los partidos políticos son una agrupación de personas que compiten en procesos electorales con el objetivo de lograr que los candidatos ocupen cargos públicos de representación popular (Bartolini, 1996).

2) Giovanni Sartori sostiene que los partidos políticos son toda organización política reconocible que participa en procesos electorales y que tiene la posibilidad de acceder al poder público a través del respaldo a los candidatos mediante elecciones (Sartori, 1987).

3) Ramón Cotarelo plantea que un partido político es una agrupación voluntaria con continuidad en el tiempo, que posee una propuesta de gobierno para toda la sociedad, orientada a canalizar ciertos intereses y con la intención de alcanzar el poder político o influir en él mediante su participación constante en procesos electorales (Cotarelo, 1985).

Los conceptos teóricos anteriores nos sirven para tener una mejor referencia y entendimiento de los partidos políticos, sin embargo, también es importante precisar que, en el caso de México, la enmienda de 1977, la cual modificó el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, les brinda a los partidos políticos el estatus de “entidades de interés público” y establece que su fin es;

Tabla 1

Artículo 41 de la CPEUM

Disposición	
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 41	Promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo

Nota. Artículo tomado de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2025), art. 41.

Por otra parte, en la Ley General de Partidos Políticos específicamente en su artículo 3 establece lo siguiente;

Tabla 2

Artículo 3 de la Ley General de Partidos Políticos

Disposición	
Ley General de Partidos Políticos, Art. 3	1. Los partidos políticos son entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios, con registro legal ante el Instituto Nacional Electoral o ante los Organismos Públicos Locales, y tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y, como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público
	2. Es derecho exclusivo de los ciudadanos mexicanos formar parte de partidos políticos y afiliarse libre e individualmente a ellos; por tanto, queda prohibida la intervención de: A) Organizaciones civiles, sociales o gremiales, nacionales o extranjeras; B) Organizaciones con objeto social diferente a la creación de partidos; y C) Cualquier forma de afiliación corporativa
	3. Los partidos políticos promoverán los valores cívicos y la cultura democrática, la igualdad sustantiva entre niñas, niños y adolescentes, y garantizarán la participación paritaria en la integración de sus órganos, así como en la postulación de candidaturas

Nota. Obtenido de la Ley General de Partidos Políticos (2023), art. 3.

Para entender el rol que desempeñan los partidos políticos en la democracia, también resulta necesario establecer las funciones que estos tienen, las cuales están directamente relacionadas al entorno social en el que se desenvuelven, atenuadas a los cambios que pudiera sufrir la sociedad, el incremento del sufragio. Actualmente, los partidos políticos en teoría deben mantener a la par, relación con las instituciones, así como con la sociedad civil, debido a su principal función de intermediarios entre los gobernantes y los gobernados.

La clasificación de las funciones de los partidos políticos que retomaremos será la escrita por Mario Fernández, quien plantea una normativa general, dividida en dos rubros de los cuales deriva la siguiente clasificación (Baeza, 1986);

i. “Representación de la sociedad:

1. Articulación de demandas sociales

2. Agregación de intereses
 3. Reclutamiento político, movilización y participación
 4. Socialización política
- ii. Operación del régimen político:
1. Proyección hacia cargos públicos
 2. Competencia por el poder público
 3. Producción de políticas
 4. Formación de gobierno
 5. Ejercicio de oposición”.

Tanto teórica como normativamente, podemos entender cuáles son las funciones que los partidos políticos deben realizar, y queda más que clara cuál es la relación y sobre todo la importancia que tienen los partidos en la democracia, ellos conforman uno de los principales (por no decir el principal) entes encargados de incentivar la participación ciudadana, son los encargados de transmitir confianza y ser el medio por el cual se pueda acceder al poder político. Estos actores emanados de la sociedad, representantes de todas las demandas y necesidades que aquejan al pueblo, aunque en la actualidad esta percepción no podría ser la aceptada por la ciudadanía en general, pues debido a que opiniones divididas surgen, al considerar que para muchos los partidos políticos han perdido total credibilidad.

1.3.1. Sistemas de partidos

Dentro de los instrumentos necesarios para fortalecer la democracia, es fundamental que se adecuen a las características del contexto donde se aplican. Tal es el caso de los partidos políticos, los cuales deben articularse en torno a un sistema que les dé estructura. En términos generales, podemos comprender un sistema de partidos como un entramado de interacciones generadas por la competencia entre las distintas fuerzas políticas, así como por las relaciones y dinámicas que se desarrollan entre ellas dentro de un Estado específico (Nohlen, 2004).

De acuerdo con él, para entender cómo funciona un sistema de partidos es necesario tomar en cuenta varios elementos que ayudan a explicar su forma de organizarse y operar. Algunos de los puntos que se deben observar son el nivel de competencia y la manera en que interactúan los partidos entre sí, cuántos partidos participan realmente en la vida política y qué tanto peso tiene dentro del sistema. También se debe considerar qué tan alejadas o cercanas están las posturas ideológicas, cómo se relacionan con la sociedad o con ciertos sectores, y qué postura asumen frente al sistema político en general.

Cuando se habla del ámbito económico, los fallos del mercado surgen cuando los mecanismos que lo regulan no logran distribuir bien los recursos. Este tipo de situaciones también nos puede ayudar a entender mejor cómo funciona un sistema de partidos, ya que hay elementos que se pueden comparar. Por ejemplo, si hablamos de la competencia e interacción entre los partidos, así como del número que existen, se puede encontrar cierta similitud con lo que en economía se conoce como fallo por competencia.

En economía, un mercado eficiente requiere una cantidad suficiente de empresas que, al participar, no puedan influir unilateralmente en los precios (Stiglitz, 2000). De manera similar, un sistema de partidos robusto debe incluir un número significativo de partidos que compitan e interactúen bajo normas y condiciones equitativas, lo que comúnmente se denomina "piso parejo". Esto garantiza que ningún partido obtendrá ventajas indebidas.

Así como la competencia en los mercados regula la inflación y promueve la eficiencia económica, la competencia entre partidos regula las desigualdades políticas y protege los intereses de los votantes. Este paralelismo evidencia cómo los principios económicos pueden contribuir al análisis y diseño de sistemas políticos.

Los partidos políticos conforman uno de los entes más relevantes dentro del sistema democrático. Esto se debe a que no únicamente actúan como medios para presentar candidaturas ciudadanas en procesos electorales, sino que además deben establecer la relación entre gobierno y gobernados, incluyen las necesidades de la sociedad, haciendo que el debate dentro del Estado gire en torno a las peticiones de la población.

Giovanni Sartori (1987), desarrolla una de las clasificaciones más importantes en el estudio de los regímenes democráticos contemporáneos sobre tipos de partidos políticos. A diferencia de otros enfoques que cuantifican mecánicamente el número de partidos existentes, Sartori propone una perspectiva más compleja que toma en cuenta variables como la relevancia política de los partidos, su peso electoral, la posibilidad real de coalición, el nivel de polarización ideológica y el comportamiento competitivo entre actores. Así, su tipología se convierte en una herramienta precisa para analizar la funcionalidad y estabilidad de los sistemas políticos.

Sartori señala que para poder clasificar un sistema de partidos no basta con hacer una cuenta aritmética, es necesario observar la interacción entre los partidos y, sobre todo, identificar cuáles de ellos son realmente relevantes. Un partido es considerado relevante si tiene potencial de coalición, es decir, si puede formar gobierno, o potencial de chantaje, que se refiere a su capacidad de influir en la agenda política, aunque no tenga mayoría. Este criterio es lo que distingue su propuesta de análisis con respecto a otras más reduccionistas (Sartori, 1987).

Con base en ello, (Sartori, 1987) propone una tipología que contempla siete tipos de sistemas de partidos, los cuales se diferencian tanto por el número de partidos relevantes como por el tipo de competencia que establecen entre ellos:

1. **Sistema de partido único:** es aquel donde solo existe legalmente un partido. No hay competencia, ni elecciones reales, ni alternancia. Este tipo de sistema no entra dentro de una lógica democrática, pero Sartori lo incluye para mostrar el extremo opuesto a la pluralidad.
2. **Sistema de partido hegemónico:** aquí puede haber varios partidos en teoría, pero en la práctica solo uno domina completamente el panorama político. Aunque hay elecciones y otros actores, el partido hegemónico se impone sin una competencia justa, lo que impide que haya verdadera alternancia.
3. **Sistema de partido predominante:** en este caso también hay un solo partido que gana constantemente, pero la diferencia es que sí existe competencia. El sistema permite la alternancia, aunque esta no ocurre porque el electorado sigue eligiendo al mismo partido. Es decir, no hay imposición, sino una preferencia reiterada.

4. **Sistema bipartidista:** se da cuando hay dos partidos relevantes que se alternan en el poder. Ambos tienen posibilidades reales de ganar y gobernar, y por lo general esto ocurre en sistemas donde las reglas favorecen a las mayorías. Este tipo de sistema tiende a ser más estable y facilita la gobernabilidad.
5. **Pluralismo moderado:** hay más de dos partidos relevantes, pero las diferencias entre ellos no son tan radicales como para impedir acuerdos o alianzas. En estos casos, los partidos pueden negociar, formar coaliciones y gobernar de manera conjunta sin mayores conflictos ideológicos.
6. **Pluralismo polarizado:** este modelo también cuenta con varios partidos relevantes, pero la distancia ideológica entre ellos es muy amplia. Esto provoca que los acuerdos sean casi imposibles, lo cual genera inestabilidad, bloqueos institucionales y hasta crisis de gobernabilidad.
7. **Sistema atomizado:** es cuando hay demasiados partidos, pero ninguno tiene el peso suficiente para liderar o coordinar a los demás. En lugar de fomentar la pluralidad, este sistema cae en la fragmentación excesiva y la parálisis política.

Sartori también menciona que el tipo de sistema electoral influye en la configuración del sistema de partidos. Por ejemplo, los sistemas mayoritarios tienden a generar bipartidismo, mientras que los sistemas de representación proporcional favorecen el multipartidismo. Sin embargo, aclara que esta relación no es automática, ya que también intervienen factores históricos, culturales y contextuales (Sartori, 1987).

Esta clasificación resulta particularmente útil para el análisis de países como México, que han transitado de un sistema de partido hegemónico a un escenario más competitivo y plural. En este sentido, lo que Sartori propone permite comprender si un sistema de partidos realmente contribuye al fortalecimiento de la democracia o si, por el contrario, genera bloqueos, fragmentación o incluso una concentración del poder. Además, ayuda a explicar por qué en ciertos momentos históricos algunos partidos logran mantener el control del gobierno durante años, mientras que en otros contextos se da una mayor alternancia.

Lo interesante del planteamiento de Sartori es que no se limita a describir la realidad, sino que ofrece una herramienta analítica para evaluarla. Es decir, su tipología no solo sirve para clasificar, sino también para comprender cómo funcionan los sistemas políticos en la práctica. Así, su propuesta sigue siendo vigente y sumamente útil para los estudios sobre la democracia contemporánea, especialmente en regiones como América Latina, donde los sistemas de partidos han sido altamente cambiantes y, en muchos casos, inestables.

1.4. Comportamiento electoral y teorías del voto

Hasta este punto, se ha reflexionado sobre elementos clave del régimen democrático mexicano, como el sufragio, los partidos políticos y la configuración del sistema de partidos. Sin embargo, es importante traer a la discusión el comportamiento electoral.

Hablar sobre el comportamiento electoral, es hablar directamente de las decisiones que toma el ciudadano cuando se enfrenta a una elección, es decir, qué lo lleva a votar o no, por quién decide votar, qué tanto le influye la campaña, los partidos, los candidatos o incluso su propia situación personal. En ese sentido, Gallardo y Leyva (2017) explican que el comportamiento electoral es un campo de estudio que ha ido creciendo desde distintas disciplinas, especialmente desde la ciencia política, porque para entender por qué votamos y como votamos no solo ayuda a los partidos o a las instituciones, sino también permite conocer cómo está funcionando realmente la democracia.

En su análisis, los autores señalan que desde hace más de medio siglo se han formulado distintas teorías que intentan dar una explicación a la conducta del votante. Estas teorías no son absolutas ni se excluyen entre sí, sino que en realidad pueden coexistir dependiendo del contexto o del grupo social que se esté observando. La primera de ellas, y quizás la más intuitiva, es la teoría sociológica, que sostiene que el voto está determinado por factores sociales como el nivel socioeconómico, la religión, el lugar de residencia o la clase social. Según Gallardo y Leyva (2017), esta teoría fue muy utilizada durante la primera mitad del siglo XX y parte de la idea de que las personas votan de acuerdo con el grupo social al que pertenecen. Es decir, que el voto no se decide tanto de forma individual, sino que está influido por el entorno más cercano.

Después de la sociológica, aparece la teoría psicosocial o del alineamiento partidario, que se centra más en la identificación afectiva con un partido político. Según esta perspectiva, muchas

personas desarrollan un vínculo emocional con un partido desde edades tempranas, muchas veces por influencia familiar, y ese lazo determina en gran medida las preferencias políticas. Esta teoría ayuda a entender por qué hay votantes que mantienen su preferencia a pesar de los errores de su partido, o que justifican ciertos comportamientos porque sienten que forman parte de un grupo. En este caso, el voto es más emocional que racional.

En cambio, la teoría económica o del voto racional propone otra mirada. Aquí, el elector es visto como un agente racional que toma decisiones basadas en el costo-beneficio. El ciudadano compara propuestas, evalúa promesas y decide su voto en función de quién cree que le ofrecerá mayores beneficios. Gallardo y Leyva (2017) explican que este modelo es útil para comprender cómo algunos sectores cambian su voto dependiendo de la coyuntura económica o de la evaluación del desempeño gubernamental. Sin embargo, esta teoría también ha sido criticada porque a veces sobreestima la capacidad de información y análisis del votante común.

Otra teoría que los autores analizan es la del voto retrospectivo, que tiene que ver con la evaluación del pasado. Aquí el elector juzga el desempeño del gobierno saliente y, si le parece negativo, vota por la oposición, mientras que, si está conforme, vota por la continuidad. Esta teoría se conecta con la rendición de cuentas, porque supone que el votante premia o castiga con su voto. Es una forma de control ciudadano, aunque en la práctica, como también advierten los autores, no siempre se da en condiciones óptimas de información o sin manipulación mediática (Gallardo & Leyva, 2017).

También se habla de teorías más recientes, como las del voto emocional o simbólico, que resaltan cómo las emociones, la imagen del candidato o incluso los valores simbólicos que representa pueden llegar a tener más peso que las propuestas concretas. En este sentido, Gallardo y Leyva (2017) señalan que el papel de las redes sociales y los medios de comunicación ha amplificado estos factores. Hoy en día, los votantes se ven expuestos a una cantidad abrumadora de información, imágenes, videos y mensajes que apelan más a lo emocional que a lo racional, y esto sin duda afecta el comportamiento electoral.

Es importante mencionar también que todas estas teorías se complementan con la noción de ciudadanía. Los autores explican que el comportamiento electoral está profundamente vinculado al nivel de ciudadanía, es decir, al grado en que los individuos se reconocen como sujetos

políticos, con derechos y responsabilidades dentro del sistema democrático. Una ciudadanía fuerte se traduce en participación consciente, crítica e informada; en cambio, una ciudadanía débil puede manifestarse en apatía, abstención o voto poco reflexivo.

Gallardo y Leyva (2017), proponen que más allá de encasillar el voto en una sola teoría, lo importante es entender que se trata de un fenómeno complejo y multifactorial. En contextos como el mexicano, donde existen desigualdades económicas, exclusión social, violencia política y desconfianza en las instituciones, el comportamiento electoral debe analizarse con una mirada amplia, que considere no solo las motivaciones individuales, sino también las condiciones estructurales que influyen en la toma de decisiones.

Además, los autores destacan que en las democracias contemporáneas el voto ha dejado de ser el único mecanismo de participación política. Cada vez más ciudadanos, sobre todo los jóvenes, recurren a otras formas de involucrarse políticamente, como el activismo digital, las protestas sociales, o incluso la creación de contenido en redes. Esto nos muestra que el comportamiento electoral no debe entenderse de forma aislada, sino como parte de una cultura política en constante transformación (Gallardo & Leyva, 2017).

El estudio del comportamiento electoral es fundamental para comprender las dinámicas de poder, representación y participación en una democracia. Las distintas teorías del voto permiten analizar este fenómeno desde diferentes ángulos, y aunque ninguna explica por sí sola la totalidad del comportamiento electoral, juntas aportan una visión más completa. En el caso de México, aplicar estas teorías con sentido crítico puede ayudar no solo a interpretar los resultados electorales, sino también a proponer estrategias que fortalezcan la participación ciudadana y la calidad democrática.

Después de revisar las distintas teorías del voto que permiten explicar cómo se construyen las decisiones electorales en contextos democráticos, resulta interesante trasladar esta reflexión hacia casos concretos que nos permiten observar cómo se comporta el electorado en situaciones específicas. En este caso, retomar el análisis de Nava (2020) sobre el comportamiento electoral de los millennials en Tlaxcala, durante el periodo 2009 a 2018, nos permite identificar no solo tendencias, sino también particularidades propias de esta generación que comparte similitudes con el electorado joven guerrerense, al cual se dirige esta investigación.

Desde un principio, el autor señala que para lograr una democracia consolidada en México se requiere de una participación ciudadana amplia y constante, entendida principalmente a través del ejercicio del sufragio. Si bien esta afirmación podría parecer obvia, cobra relevancia cuando se contextualiza en un país como México, donde por muchos años las elecciones estuvieron controladas por un régimen autoritario y corporativista. El tránsito hacia un régimen democrático abrió paso a nuevas formas de participación política, y también a nuevas formas de estudio sobre el comportamiento electoral.

Lo interesante de este análisis es que el autor se centra en una generación específica: los millennials, también conocidos como generación "Y", nacidos entre 1979 y 1997. A diferencia de generaciones anteriores, estos ciudadanos crecieron con el internet, con el auge del capitalismo global y con una fuerte exposición a cambios tecnológicos, lo cual inevitablemente ha moldeado su relación con la política. Nava (2020) señala que son nativos digitales, usuarios intensivos de las redes sociales, y que su vinculación con lo político no necesariamente pasa por los canales tradicionales, sino que se expresa de maneras más fragmentadas, con cierta distancia de los partidos políticos y de los actores institucionales.

Al hablar del comportamiento electoral de los millennials, se hace necesario considerar categorías como la democracia, la participación ciudadana y el abstencionismo. Según el autor, estas tres dimensiones permiten entender no sólo el nivel de involucramiento, sino también las razones detrás del alejamiento de ciertos sectores de la sociedad respecto a las urnas. Es importante destacar que, durante el periodo analizado, la participación electoral en Tlaxcala mantuvo una tendencia clara: mayor participación en elecciones presidenciales (como en 2012 y 2018) y caída en elecciones intermedias (como en 2009 y 2015). Esta dinámica también se repite entre los millennials, pero con algunas particularidades por género (Nava, 2020).

Un hallazgo relevante del estudio es que las mujeres millennials han tenido una participación más activa en comparación con sus pares hombres. Esta tendencia se repite en todas las elecciones analizadas y confirma lo que otros estudios ya habían señalado: las mujeres tienden a involucrarse más en procesos democráticos, aun cuando su representación en espacios de poder sigue siendo menor. En contraste, los hombres millennials se muestran más propensos al abstencionismo, una situación que preocupa porque perpetúa la baja participación masculina joven en los asuntos públicos (Nava, 2020).

Ahora bien, cuando se analiza el abstencionismo, se deben considerar múltiples factores. Nava Olivares (2020) expone que la desigualdad económica, la falta de confianza en los partidos y la corrupción son algunos de los principales motivos que alejan a los ciudadanos de las urnas. Y aunque estos factores son transversales, afectan de manera particular a los jóvenes. Muchos de ellos obtienen su credencial de elector más como un instrumento de identificación y no como una herramienta de participación cívica. Esto habla no solo del desapego, sino también de un problema estructural: los jóvenes no se sienten representados y, en muchos casos, tampoco consideran que su voto pueda hacer la diferencia.

Por otra parte, resulta importante destacar que, aunque los millennials manifiestan un desinterés hacia la política tradicional, no significa que estén totalmente desvinculados de los asuntos públicos. Temas como la transparencia, el medio ambiente, la justicia social y el uso de tecnologías en la toma de decisiones sí son parte de su agenda, y esto podría abrir la puerta a nuevas formas de involucramiento. Nava Olivares (2020) concluye que, aunque la participación de los millennials no es determinante para cambiar el rumbo de una elección, sí puede marcar diferencias significativas, sobre todo si se logran diseñar mecanismos de participación más acordes a los hábitos y necesidades.

Ahora bien, también resulta importante mencionar que componentes como el sufragio, los partidos políticos y el comportamiento electoral no solo influyen en los procesos electorales, sino que también desempeñan un papel importante en la definición de políticas públicas y en la toma de decisiones que impactan diversas áreas del gobierno, tales como la distribución del presupuesto y el ejercicio del gasto público.

Como se ha mencionado, los ciudadanos eligen a sus representantes mediante el sufragio. Una vez electos, estos representantes tienen la responsabilidad de votar el presupuesto público, que será administrado por diferentes organismos gubernamentales. Cabe destacar que existe una diferencia significativa entre la forma en que las personas deciden gastar sus propios recursos, que depende completamente de sus intereses y necesidades individuales, y la forma en que los representantes en el parlamento determinan el uso del recurso público. En este caso, las decisiones no deben basarse en los intereses personales de los representantes, sino en los intereses de quienes los eligieron. No obstante, este proceso enfrenta dos desafíos principales: en primer lugar, identificar cuáles son los verdaderos intereses de sus representados, y, en

segundo lugar, debido a la posible diversidad de opiniones y la ausencia de un consenso unánime, determinar el peso que debe asignarse a cada decisión que tome (Stiglitz, 2000).

En las democracias, surge la dificultad relacionada en la forma en cómo se toman las decisiones, sugiere que debe haber un consenso colectivo, sin embargo, normalmente el debate gira en torno a las peticiones de mayor demanda de la población, las cuales son complicadas de descifrar. Si fuera el caso de una dictadura, la respuesta sería sencilla, pues se toman en cuenta solo los intereses del dictador, en el caso de una democracia no tiene la misma sencillez, para lo que se proponen diversas formas de votación, entre las que se encuentran la unanimidad, la mayoría simple y la mayoría calificada de dos tercios, siendo la mayoría simple quizá la más comúnmente utilizada para la toma de decisiones en contextos democráticos (Stiglitz, 2000).

1.4.1. La elección por mayoría y la paradoja del voto

La elección por mayoría no resulta muy compleja de explicar, cuando hay solamente dos opciones y tres votantes, aunque haya un voto en cada elección, habrá un tercer voto definitorio, pero en el caso de haber más de dos opciones a elegir no resulta tan claro el resultado, debido a que la opción debe obtener la mayoría frente al resto de las opciones. En el caso de haber 3 opciones, la votación podría volverse cíclica, en todo caso la mayoría de las veces se opta por ponerse a votación en pares, lo que daría un solo resultado, sin embargo, si las personas saben en qué orden se someterán las votaciones podrían recurrir al voto estratégico, pues al saber el orden en que se someterán las votaciones, en la primera ronda no podría votar de acuerdo con sus verdaderas elecciones, con la finalidad hacer ganar la elección que realmente quiera. (Stiglitz, 2000).

Dentro de la búsqueda de un sistema ideal, surgió el teorema de imposibilidad de Arrow, quien demostró que no había ninguna regla en la elección que pudiera satisfacer todas las características deseadas para ser perfecto. Dicho teorema considera otra consecuencia importante, con normalidad solemos escuchar expresiones acerca de la incoherencia en las acciones del gobierno, o sobre la falta de metas en las cuales debe girar el gobierno, con lo que facilita a observar que se personifica al gobierno, tratándolo como si fuera una persona más y con frecuencia se cree que lo es, y se espera que actúe con la misma coherencia y racionalidad que lo haría cualquier persona, en este sentido, el teorema de la imposibilidad de Arrow sugiere

que al menos que hubieran poderes dictatoriales, no se puede esperar que el gobierno actúe de la misma manera en que lo haría cualquier otra persona. (Stiglitz, 2000).

Ahora bien, retomando a Stiglitz para poder explicar un poco mejor cómo funcionan las preferencias de las personas, podemos hablar de preferencias unimodales y bimodales, en el caso de las primeras, según Stiglitz; Cuando cada individuo presenta un único punto máximo de preferencia, se dice que esta es unimodal. Esta característica es suficiente para que pueda lograrse un equilibrio en sistemas de votación por mayoría. Sin embargo, también puede darse el caso contrario: que no exista una única preferencia claramente definida. En contextos donde las preferencias son unimodales, el sistema de votación por mayoría tiende a generar resultados equilibrados.

Por el contrario, si las preferencias no son unimodales, el sistema mayoritario puede no alcanzar ese equilibrio. Esto ocurre en el caso de preferencias bimodales, donde se identifican dos agrupaciones claras. En tales casos, es posible clasificar a las personas, por ejemplo, según su inclinación al gasto público: desde quienes desean invertir menos hasta quienes desean gastar más. En este escenario, el votante mediano se ubica justo en el punto donde la mitad de la población prefiere gastar menos y la otra mitad más. Según la teoría del votante mediano, para comprender mejor cómo se toman las decisiones colectivas, se debe enfocar la atención en este votante central y en cómo le afecta un determinado programa (Stiglitz, 2000).

1.5. Participación electoral y abstención

El rol que juegan los ciudadanos en la consolidación de la democracia, ha sido discutido por múltiples teóricos, que han sostenido la hipótesis de que para que la democracia se consolide se requieren ciudadanos con sentido de responsabilidad, que se informen, participen y tengan una ideología bien definida, lo que actualmente en México parece algo difícil de conseguir, debido a las grandes carencias que tiene la población, terminan enfocados en trabajar día tras día para mantener sus gastos, lo que no les queda tiempo para interesarse en participar activamente en los ejercicios de la democracia.

Debido a ello, hay autores que consideran más realista y prometedora la idea de tratar de comprender que hace la población de un país, para inmiscuirse en los espacios públicos donde puedan ser escuchadas sus opiniones e impactar positivamente en la consolidación de la

democracia, de tal manera que las acciones que incentivan la participación se concentren en posibilidades realistas para que la población pueda transformar sus ideologías, mediante ciudadanos más activos, responsables y con capacidad de organización colectiva.

En México, podemos identificar algunos de los principales factores que distorsionan la democracia, los cuales son el desprestigio que tienen los partidos, las instituciones públicas, así como también la imagen pública con la que cuentan los actores políticos, quienes se han dejado ver como personas poco capaces, corruptas y con intereses personales más allá de los colectivos. La ciudadanía ya no se siente identificada ni representada por los actores políticos, lo que ha llevado a la desilusión o desencanto de la sociedad con la democracia.

En el caso de México, todo parece indicar que este supuesto sobre la ciudadanía no es estrictamente la regla general, desde las carencias, desigualdades e injusticias que sufre la población, ha emanado un sentimiento de inconformidad, que llevó a la ciudadanía a participar activamente, cuando se encontraron dos proyectos de nación en disputa, como fue el caso de las elecciones federales del 2018. Es importante también decir que los actores políticos, que cuentan con un sello personalizado populista han tomado un rol crucial en muchos procesos electorales, México por supuesto no parece ser la excepción. Aunque en este proceso se hablaba del desencanto que la sociedad mexicana tenía de la democracia, este hecho que también es muy cierto podría ser reversible, partiendo de dos acontecimientos sumamente importantes: el primero, es que, puede ser reversible, por cómo fueron las elecciones del 2018, cuando se padecía un desorden provocado por la corrupción, el fraude y el dinero sucio que había estado presente durante los procesos electorales federales y locales durante décadas. El surgimiento de un personaje con un nuevo partido político logró conformar en su proyecto de nación todas las principales demandas y quejas de la ciudadanía, consiguiendo con ello sumar a su movimiento a múltiples sectores de la población, logrando que por primera vez en décadas salieran a ejercer su derecho al voto. Lo que ha producido grandes cambios en la política de México, a través de la participación electoral.

Este hecho trascendental, pone en evidencia lo que algunos autores afirman sobre los ciudadanos, pues resalta que no es tan importante si los ciudadanos no son responsables, o ejemplares, que no se interesan en los asuntos públicos, o dejan de lado sus derechos y obligaciones a participar activamente en los asuntos públicos, o que cuenten con ideologías

claras que los coloquen en la derecha o en la izquierda, pues la necesidad de un cambio, de mejores condiciones de vida, y de respuestas a sus demandas colectivas, los ciudadanos pueden participar activamente para lograr impactar en la política, y abonar a la consolidación de la democracia.

1.5.1. Abstencionismo

En el contexto político mexicano, uno de los fenómenos que más ha llamado la atención durante las últimas décadas es el abstencionismo electoral. Esta tendencia ha sido abordada desde diferentes ópticas, y una de las más completas es la de Lara y Ojeda (2002), quienes lo definen no solo como la simple ausencia al acto de votar, sino como un fenómeno complejo que refleja, en muchas ocasiones, un profundo malestar ciudadano con el sistema político. Según los autores, no debe verse siempre como apatía, sino también como una forma de protesta silenciosa o una manifestación de desconfianza.

Para estos autores, el abstencionismo tiene múltiples factores. Existen causas que no se pueden imputar directamente al ciudadano, como la enfermedad, el fallecimiento, o problemas de logística electoral; pero también están aquellas causas que sí responden a una decisión consciente. Entre estas, Lara y Ojeda (2002) mencionan el abstencionismo ideológico, donde el ciudadano, aún con plena capacidad para votar, elige no hacerlo como forma de expresar su inconformidad con las opciones electorales o con el sistema en su conjunto.

Un aspecto fundamental que destacan es la influencia que tienen los partidos políticos en el fomento del abstencionismo, es cuando los partidos no logran generar confianza, no se diferencian entre sí, o reciclan candidatos y propuestas, los ciudadanos se sienten ajenos al proceso. Esto es especialmente evidente cuando los votantes perciben que su participación no influirá realmente en el rumbo del país. Es ahí donde el abstencionismo se convierte en un síntoma claro de desafección política.

Asimismo, los autores plantean que existe una relación directa entre el abstencionismo y el desgaste de la legitimidad democrática. En otras palabras, cuando los niveles de participación electoral son bajos, el sistema democrático pierde una de sus fuentes de legitimación más importantes. En este punto, Lara y Ojeda (2002) son claros al señalar que la democracia no

puede sobrevivir solo con el respaldo de una minoría votante; necesita que la mayoría de sus ciudadanos se involucren para garantizar representatividad y estabilidad institucional.

Otro punto importante es el enfoque sociodemográfico que los autores utilizan. De acuerdo con su análisis, las personas con menores niveles de escolaridad, ingresos bajos y los jóvenes son los más propensos a abstenerse. En este sentido, el abstencionismo también puede verse como el reflejo de una inequidad estructural, donde ciertos sectores de la población enfrentan más barreras para ejercer su derecho al voto, ya sea por desinformación, lejanía geográfica de las casillas o falta de interés político producto del contexto social en el que viven.

En cuanto a las tipologías de abstencionismo, los autores señalan cinco grandes dimensiones: demográfica, sociopolítica, contextual, racional y técnica. Cada una de ellas agrupa factores distintos, pero todos se complementan para explicar por qué un ciudadano decide no participar. Por ejemplo, el abstencionismo racional parte de un cálculo individual: si el costo de votar es mayor que el beneficio percibido, el ciudadano no acude a las urnas. Esta dimensión se relaciona con una visión más práctica de la política y no necesariamente con una falta de compromiso democrático.

También es relevante la crítica que Lara y Ojeda (2002) hacen al rol de los medios de comunicación, los cuales, en lugar de promover la participación informada, muchas veces se centran en el escándalo y en la politización superficial de los procesos. Esto provoca una percepción negativa de la política, reforzando el desinterés y contribuyendo a que las personas decidan abstenerse. El ciudadano deja de sentirse representado, y el voto pierde sentido.

En su análisis histórico, los autores recuerdan cómo el abstencionismo fue normalizado en el México del siglo XX, especialmente durante los periodos de hegemonía priista. Frases como “para qué voto si siempre gana el PRI” ejemplifican esa resignación. Pero también explican cómo hubo momentos de esperanza, como las elecciones de 1997 y 2000, que marcaron una ruptura con la apatía tradicional. Aun así, dicha esperanza no logró consolidarse del todo, y el abstencionismo regresó con fuerza en procesos intermedios y locales (Lara & Ojeda, 2002).

Finalmente, los autores señalan que el abstencionismo puede convertirse en una enfermedad de la democracia, en tanto que erosiona su vitalidad y funcionalidad. Cuando grandes sectores de

la población dejan de participar, se debilita la capacidad del sistema para representar y atender las necesidades de la mayoría. Por ello, Lara y Ojeda (2002) insisten en la necesidad de reformular las estrategias de participación, fortaleciendo la educación cívica, renovando los partidos políticos y reconstruyendo la confianza ciudadana.

1.5.2. Participación ciudadana

En esta parte es importante retomar el concepto de la participación ciudadana, sin embargo, antes de poder adentrarnos en este concepto, es indispensable definir a la ciudadanía, la noción de ciudadano o ciudadana surgió desde la antigüedad, se usaba para poder distinguir a aquellas personas que pertenecían a una sociedad o comunidad política de quienes no gozaban de plenitud de derechos humanos y políticos.

Estudiosos como Aristóteles, creían que individuos como las mujeres, los esclavos y los extranjeros no debían ser considerados como ciudadanos o ciudadanas. Para Aristóteles la concepción de ciudadano tenía raíces elitistas y solamente estaba reservada para unas cuantas personas, él definía a la ciudadanía en término más exactos como: “sólo al hombre político, que es o puede ser dueño de ocuparse, personal o colectivamente, de los intereses comunes” (Aristóteles, 2008, pág. 94) una definición que contiene rasgos que en aquella época ni mujeres ni esclavos podía llevar a cabo debido a las propias limitaciones de la condición en la que se encontraban o representaban ante la sociedad.

Por su parte, Sergio Tamayo (2006), resalta dos formas de analizar a la ciudadanía, una formal y una sustantiva, en cuanto a la formal, la centra en el estatuto jurídico, la cual identifica como una perspectiva con tintes liberales e institucionales, mientras que, la sustantiva, la entiende más como una construcción social, la cual se encuentra condicionada por prácticas sociales, experiencias culturales e históricas. Por lo tanto, se puede identificar que el concepto de ciudadanía, se encuentra estrechamente unido a una figura de régimen democrático, a normas, reglas y procedimientos que rigen la vida social de un territorio delimitado donde se encuentra la ciudad y posteriormente la nación, la cual brinda una emoción nacionalista de pertenencia a una sociedad y entorno político, así como a un marco normativo que establece los derechos y obligaciones de cada individuo (ciudadano o ciudadana) en un entorno social y que en última

instancia brinda el carácter representativo en las decisiones que se toman dentro del mismo entorno.

Si partimos del enfoque democrático que las definiciones anteriores han podido brindar, se deduce que la concepción de ciudadanía parte de tres elementos que la conforman: el primero es el que establece la estrecha relación entre la función que desempeña el Estado y la participación de la sociedad (los ciudadanos) donde también intervienen los conceptos de nación y nacionalidad, es decir, el vínculo de identidad hacia un lugar, llámese pueblo, comunidad, o sociedad, la cual está integrada por un conjunto de personas que habitan dentro de un territorio claramente delimitado; un segundo elemento es el que presenta el carácter normativo, el cual establece los derechos que adquieren los ciudadanos, pero no solo eso, también las obligaciones que vienen acompañadas del goce de dichos derechos civiles, los cuales tienen la finalidad de regular el comportamiento de cada individuo de manera personal así como el que desempeñan dentro de la sociedad; en cuanto al tercer elemento, radica en la participación, la cual es permitida en distintos niveles a la sociedad en general, para que los individuos puedan tener voz en la toma de decisiones, la cual a su vez refuerza el sentimiento de pertenencia (Tamayo, 2006).

Estos elementos han formado parte en el desarrollo de las sociedades, así como de la intervención que debe existir entre la ciudadanía en general, debido a que los procesos decisionales, las gestiones dentro del ámbito público y la organización social vigente, se rigen por medio de los derechos y deberes que corresponden a cada persona, y tienen como propósito el bien común, es decir, el cumplimiento de las necesidades de cada individuo.

Una vez que se tiene claro el concepto de ciudadanía, podemos adentrarnos en la concepción de participación ciudadana, para esto, Paz (2003), ofrece una perspectiva en la cual señala que este tipo de participación tiene impacto directo dentro del modelo de democracia representativa, e implica la intervención directa de la ciudadanía en los procesos de toma de decisiones, con el objetivo de garantizar el desarrollo integral de las personas, así como de fomentar una mejora en las condiciones de vida de la población dentro del marco de una sociedad organizada.

Para entender mejor qué significa realmente la participación ciudadana, es necesario decir que tiene dos partes importantes. La primera está relacionada con el hecho de tomar parte en acciones colectivas, aunque eso no siempre quiere decir que el resultado sea positivo o

compartido por todos, ni que se tenga claridad sobre el impacto real de esa participación. Y la segunda, cuando hablamos de ciudadanía, como ya se mencionó antes, podemos entenderla como la capacidad que tiene una persona para ejercer sus derechos y cumplir con ciertas obligaciones dentro de una sociedad, tanto desde un punto de vista social como político.

Por otra parte, los distintos autores demuestran que no existe una sola manera de entender a la participación ciudadana, pues tal concepto puede ser entendido desde diversas formas de abordar el tema, para esto, Espinosa (2009) señala que esta interpretación es bastante amplia, ya que puede abordarse desde una perspectiva que resalta la autonomía de la ciudadanía en sus formas de participación, diferenciándola de la intervención estatal, lo que permite distinguir con claridad el papel que desempeñan tanto el Estado como la sociedad civil.

Por lo tanto, se puede señalar como la relación existente entre el estado y la sociedad, donde se utiliza a la participación ciudadana como mecanismo de legitimación del poder.

Así mismo, al hablar de participación ciudadana, esta también puede encontrarse dividida en diferentes tipos de participación ciudadana, para tales efectos retomaremos a Ziccardi (1998), quien habla de 5 formas de participación, las cuales no son excluyentes una de la otra:

1. Participación institucionalizada: es aquella participación que está reglamentada para que la ciudadanía participe en los procesos decisorios del gobierno local.
2. Participación no institucionalizada: es aquella participación informal o formal pero que no está reglamentada.
3. Participación autónoma: es aquella en la que la ciudadanía participa a través de algún tipo de asociación no gubernamental que, aunque participe en instancias de gobierno, no depende ni es controlada por éste.
4. Participación clientelística: es aquella en la que a la autoridad y los individuos o grupos se relacionan a través de un intercambio de favores o cosas.
5. Participación incluyente o equitativa: es aquella en la que se promueve la participación de toda la ciudadanía, independientemente de la pertenencia o identidad partidaria, religiosa o de clase social.
5. Participación incluyente o equitativa: es aquella en la que se promueve la participación de toda la ciudadanía, independientemente de la pertenencia o identidad partidaria, religiosa o de clase social.

Retomando lo dicho por Ziccardi (1998), podemos entender que la participación institucionalizada esta normada por un reglamento o marco normativo que permite y a su vez regula la participación que se le da a las y los ciudadanos en la toma de decisiones, asimismo, la no institucionalizada por el contrario no cuenta con dicho reglamento o marco normativo. Por su parte, la participación autónoma, la cual se puede dar a través de alguna asociación civil no gubernamental, aunque se refiere desde dichas instituciones de gobierno, la participación no se encuentra regulada por el mismo. En cuanto a la participación clientelar, puede ser promovida por las autoridades directamente, más bien encuentra su sentido en un intercambio de favores que se da entre las autoridades y los ciudadanos, individualmente o en grupos. Mientras que la participación incluyente o equitativa, hace referencia a un tipo de participación sin distinción alguna entre las personas, pues no excluye de ninguna manera la participación de los ciudadanos, sin importar diferencias de ideas, socioeconómicas o ideologías religiosas.

CAPITULO 2. ACERCAMIENTO TEÓRICO SOBRE JÓVENES Y REDES SOCIALES

Este capítulo desarrolla el planteamiento teórico-conceptual de la investigación, enfocado en la categoría de análisis correspondiente a las redes sociales. Luego de haber contextualizado en el capítulo anterior el funcionamiento del sistema democrático y el rol de la ciudadanía en los procesos electorales, en este apartado se examina cómo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, particularmente las redes sociales digitales, han reconfigurado las formas de participación política, especialmente entre los jóvenes. Para ello, se parte de la teoría del capital social de Robert Putnam, que permite entender cómo las relaciones sociales influyen en la participación cívica. Asimismo, se conceptualiza el papel que juegan las plataformas digitales en la formación de opinión, el acceso a la información y la movilización política. Finalmente, se analiza cómo los jóvenes se apropian de estos espacios virtuales, qué tipo de usos les dan, y cuál fue su papel específico durante el proceso electoral presidencial de 2024.

Antes de profundizar en las redes sociales y su relación con la participación política, es necesario definir a qué nos referimos cuando hablamos de jóvenes. El concepto de juventud ha sido abordado desde distintas perspectivas (social, cultural y política), y aunque no existe una definición única, generalmente se asocia a un periodo de transición entre la adolescencia y la adultez. En México, instituciones como el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) consideran como jóvenes a las personas de entre 12 y 29 años, criterio que también ha sido adoptado en diversas políticas públicas. Sin embargo, en esta investigación se acota el rango a personas de 18 a 29 años, ya que este grupo representa a los jóvenes que ya ejercen derechos políticos plenos, particularmente el derecho al voto.

La relevancia de esta población radica en que los jóvenes de entre 18 y 29 años constituyen un segmento decisivo dentro del electorado mexicano. De acuerdo con datos del Instituto Nacional Electoral (INE, 2024), más de una cuarta parte del padrón electoral pertenece a este rango de edad. Este grupo se caracteriza por ser altamente dinámico en su forma de comunicarse y participar, porque combina la interacción presencial con la digital. En ese sentido, entender cómo las redes sociales influyen en sus percepciones y decisiones políticas permite analizar no solo su comportamiento electoral, sino también las nuevas formas de participación ciudadana que surgen en contextos tecnológicos.

2.1. Teoría del Capital Social de Robert Putnam

La teoría del capital social, desarrollada principalmente por Robert Putnam, brinda una forma distinta de entender cómo funcionan las instituciones dentro de los sistemas democráticos actuales. De acuerdo con Putnam, el desempeño de estas instituciones no depende solamente de cómo estén organizadas legal o administrativamente, sino que también tiene mucho que ver con las costumbres y valores culturales que las respaldan. Es decir, elementos como la confianza, la cooperación y la reciprocidad social influyen de manera significativa en que se respeten las normas y reglas tanto sociales como políticas (Corao, 2006).

Putnam construyó sus planteamientos a partir de una investigación amplia sobre la descentralización política en Italia, la cual comenzó en la década de los setenta, cuando se implementó un sistema de gobiernos regionales. En sus hallazgos, identificó que las regiones del norte, al contar con una cultura basada en relaciones sociales más horizontales y una fuerte colaboración comunitaria, consiguieron establecer gobiernos regionales más eficientes y transparentes. En cambio, las regiones del sur, que funcionaban bajo estructuras jerárquicas verticales y prácticas clientelares, tuvieron un desempeño institucional más limitado. A partir de esta comparación, Putnam concluyó que el capital social, construido sobre redes de confianza y participación cívica, se vuelve un elemento determinante para entender por qué una institución puede tener éxito o fracasar (Corao, 2006).

Por otro lado, la autora menciona que Putnam también retoma ideas de la teoría de juegos y de los modelos de elección racional, los cuales le sirven para analizar cómo influyen las relaciones sociales en la vida colectiva, ya sea a través de la confianza o del oportunismo. En este sentido, cuando existe un capital social fuerte, se facilita la colaboración voluntaria entre ciudadanos, lo que ayuda a fortalecer los principios democráticos. En cambio, cuando ese capital social está ausente, se genera un ambiente de aislamiento, desconfianza y un evidente debilitamiento de las instituciones (Corao, 2006).

Por otra parte, a partir de una mirada crítica del concepto, Vargas Forero (2002) señala que el capital social no debe verse como algo fijo, sino como un entramado de redes, normas y relaciones que se van construyendo con el tiempo y que cobran fuerza especialmente cuando las instituciones formales no logran responder a las necesidades de la colectividad. Esta forma de

entender el capital social va en la misma línea de lo planteado por Putnam, sobre todo al reconocer que la participación en espacios comunitarios o virtuales, como lo son las redes sociales digitales, puede fortalecer los lazos sociales y generar comportamientos más cooperativos, con un mayor compromiso cívico.

La teoría del capital social resulta fundamental para analizar cómo las redes sociales han influido en la decisión del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024. De acuerdo con Putnam, retomado por Corao (2006), se explica que la calidad de las instituciones democráticas depende en gran parte de la confianza, la reciprocidad y de las redes de participación cívica que existen en una sociedad. Bajo esta lógica, redes como Facebook, Twitter e Instagram pueden considerarse nuevos espacios donde también se genera capital social.

En el caso de Guerrero, un estado que enfrenta retos estructurales como la violencia o la falta de confianza en las instituciones, las redes sociales se han convertido en una opción para fortalecer los vínculos de cooperación y participación, sobre todo entre los jóvenes. A través de estas plataformas, los jóvenes pueden informarse, debatir temas políticos y formar comunidades virtuales que les permiten expresar su opinión y sumarse a los procesos electorales. De esta manera, la interacción digital viene a suplir, aunque sea en parte, la falta de redes tradicionales de capital social, que generan prácticas cívicas como una participación más consciente al momento de votar.

En este trabajo, resulta muy importante comprender lo que implica el capital social digital, ya que esto ayuda a explicar cómo es que las redes sociales no solo sirven para difundir información política, sino que también crean espacios de confianza y compromiso que terminan influyendo en cómo votan los jóvenes. A partir de esto, se puede plantear que el fortalecimiento del capital social a través del uso de redes digitales tuvo un papel clave en la participación de los jóvenes durante las elecciones presidenciales de 2024.

Tabla 3

Relación entre la teoría del Capital Social y las Redes Sociales en Jóvenes Guerrerenses.

Elemento de la Teoría del Capital Social	Manifestación en Redes Sociales	Impacto en el Comportamiento Electoral
Confianza social	Generación de redes virtuales de confianza	Motivación para participar en elecciones
Redes de cooperación	Creación de comunidades políticas juveniles	Difusión de causas y movilización electoral
Participación cívica	Promoción de campañas informativas y de denuncia	Aumento de la conciencia política y toma de decisión de voto
Tradiciones cívicas	Reconfiguración de identidad ciudadana en espacios digitales	Fortalecimiento del compromiso democrático entre jóvenes

Nota. Elaboración propia.

La idea de capital social ha sido esencial para comprender cómo es que las formas de relacionarse entre las personas pueden ayudar o dificultar que haya participación colectiva en las sociedades actuales. Como explica Corao (2006), este concepto abarca no solo los recursos asociados a las redes de relaciones, sino también las normas sociales de confianza y reciprocidad que permiten coordinar acciones y alcanzar objetivos comunes. En ese sentido, el capital social no se queda solo en lo individual o entre personas, sino que también repercute directamente en lo político y en lo institucional.

En esta investigación, las redes sociales funcionan como una versión actual de los espacios tradicionales donde antes se generaba capital social. Según Corao (2006), retomando a Putnam, cuando existen redes horizontales de cooperación, se crea un ambiente de confianza generalizada que facilita que haya una gobernabilidad más democrática. Esto mismo se puede notar en redes como Facebook, Twitter o Instagram, donde los jóvenes forman comunidades virtuales con intereses políticos comunes, intercambian información y fortalecen su participación cívica desde esos espacios.

Por otro lado, Corao (2006) señala que cuando no hay capital social, es más común que se presenten problemas como el clientelismo, el individualismo muy marcado o la falta de confianza en las instituciones, situaciones que suelen darse, por ejemplo, en regiones como Guerrero. Desde esta óptica, se puede decir que las redes sociales, si se usan de forma estratégica, podrían ayudar a reducir ese tipo de dinámicas negativas, ya que abren la posibilidad de fomentar la cooperación y que los jóvenes se movilicen más en lo electoral. En vez de mantenerse alejados o desconectados de la política, los jóvenes pueden ver en estas plataformas un espacio para participar de manera activa, pero también crítica.

Aunque la teoría del capital social ha sido bastante reconocida por ayudar a entender fenómenos sociales y políticos, hay autores, como Vargas (2002), que consideran necesario hacer una revisión más crítica de lo que plantea. En su análisis, este autor explica que, a pesar de que el concepto ha sido utilizado por muchas corrientes teóricas (desde la perspectiva comunitaria de Putnam, pasando por la sociología de Bourdieu y la economía de Coleman), su uso constante y a veces ambiguo ha provocado confusiones tanto en el plano teórico como en el metodológico. Si no se le da una delimitación más clara, el capital social corre el riesgo de terminar siendo una especie de “categoría comodina”, usada para hablar de cualquier fenómeno relacionado con cohesión social, pero sin una base analítica bien definida.

Vargas (2002) señala que el capital social debe entenderse como un concepto que abarca varias dimensiones, en lo estructural como las redes, asociaciones y la densidad de relaciones, así como, en lo cultural, a través de normas como la confianza, la cooperación o la reciprocidad. Aunque esta variedad puede parecer complicada, en realidad ayuda a aplicar la idea del capital social en distintos contextos, como el que aquí se está analizando: el vínculo entre los jóvenes y el uso de redes sociales digitales. Bajo esta mirada, las redes sociales no se limitan a ser solo canales de comunicación, sino que se convierten en espacios donde surgen nuevas formas de capital social, porque ahí se construyen vínculos de confianza, normas colectivas e identidades comunes que promueven la cooperación política entre los jóvenes.

Sin embargo, el mismo autor también advierte que el capital social no siempre es positivo. Vargas (2002) toma el concepto de “funciones perversas” del capital social para referirse a esos casos donde las redes interpersonales, en vez de fortalecer la democracia, terminan generando prácticas que excluyen, que reproducen el clientelismo o incluso que pueden estar relacionadas

con dinámicas criminales. Esto resulta especialmente relevante en el caso de regiones como Guerrero, donde los vínculos comunitarios pueden ser apropiados por estructuras de poder fáctico que distorsionan la participación ciudadana. Bajo este marco, el capital social digital podría también reproducir estas dinámicas, por ejemplo, mediante la difusión de desinformación o la radicalización de opiniones políticas a través de redes segmentadas y cerradas.

Por ello, una aplicación rigurosa de la teoría del capital social exige analizar críticamente los contenidos y las intenciones de las interacciones sociales, y no solamente su existencia o volumen. La simple presencia de redes activas en plataformas digitales no garantiza una participación cívica saludable. Es necesario evaluar si dichas interacciones promueven la deliberación democrática, la confianza intergrupala y la construcción de ciudadanía, o si, por el contrario, refuerzan el aislamiento ideológico, la polarización o el rechazo a las instituciones.

2.2. Conceptualización de redes sociales y comportamiento electoral

“Estar conectado implica esencialmente estar visible”, esta frase de Rosalía Winocur (2012), refleja la importancia que ha tenido en el mundo y esencialmente en los jóvenes el encontrar un espacio dentro de la red.

En las últimas décadas, el avance de las tecnologías de la información y la comunicación ha modificado significativamente la forma en que los individuos se informan interactúa y participan en los asuntos públicos. Las redes sociales digitales, sobre todo en los últimos años, han tomado un papel cada vez más importante dentro de la comunicación política. Estas plataformas no solo permiten expresar opiniones o difundir información, sino que también se han convertido en espacios donde se construyen mensajes electorales y se organizan distintos movimientos ciudadanos. Todo este nuevo panorama comunicativo ha cambiado bastante la forma en que partidos y votantes se relacionan incluso ha transformado la manera en que normalmente se concebía el comportamiento electoral.

El comportamiento político-electoral, entendido como la forma en que cada persona piensa, cree y decide su voto, ya no se puede analizar sin tomar en cuenta todo el entorno digital. Esto se nota más entre los jóvenes, porque son quienes más utilizan las redes sociales como vía principal para enterarse de temas políticos y electorales, dejando en segundo plano a los medios tradicionales. Este cambio ha abierto nuevas posibilidades, pero también ha traído riesgos

importantes, como la difusión de noticias falsas y la creación de espacios cerrados de información donde solo se refuerzan ideas que ya se tenían desde antes.

Entender cómo se relacionan las redes sociales con el comportamiento electoral se vuelve clave si queremos analizar bien lo que pasó en las elecciones presidenciales de 2024 en México, sobre todo en lugares como Guerrero. En este estado, las condiciones sociales, el acceso a internet y la manera en que los jóvenes participan en política hacen que el panorama sea mucho más complejo. Al revisar esta relación, se pueden identificar los elementos que influyen directamente en la forma en que los jóvenes guerrerenses toman decisiones al votar, así como los retos y oportunidades que tiene la democracia en un contexto cada vez más atravesado por el uso de plataformas digitales.

Para entender el papel que han tenido las redes sociales en los jóvenes durante la elección presidencial de 2024, primero es necesario detenernos a analizar lo que realmente significan estas plataformas y cómo funcionan dentro de los procesos políticos actuales. Aunque hoy en día hablamos de redes sociales como algo totalmente cotidianas y normales, no siempre fue de esta manera, y su comprensión teórica viene de cambios profundos en la manera en que las personas se comunican y organizan en sociedad.

Desde la parte de la comunicación, es importante ver que las redes sociales no deben verse nada más como algo para pasar el rato o platicar entre personas. Más bien, estas plataformas se han convertido en lugares donde la gente se informa, discute temas y muchas veces participa de forma activa en la política. Como menciona Trejo (2016), estas herramientas no sólo sirven para mandar mensajes entre usuarios, sino que abren paso a nuevas formas de hablar de política, visibilizar a quienes antes no se escuchaban y generar movimientos sociales. Por eso, se puede decir que las redes sociales son espacios en los que se mezcla la comunicación directa entre personas, la comunicación masiva como la que se da en medios tradicionales, y también la comunicación estratégica que se usa en campañas o mensajes dirigidos.

También, vale la pena destacar cómo las redes sociales, por ser espacios horizontales, interactivos y que están en todas partes, han cambiado la forma en la que se comparte la información. Ya no se trata solo de que alguien emite un mensaje y otro lo recibe, ahora los usuarios tienen un papel más activo: no sólo consumen contenido, sino que también lo generan,

lo interpretan a su manera y lo vuelven a compartir. A este tipo de fenómeno, algunos autores le llaman “arquitecturas de la participación” (Piscitelli, 2009). Esta forma de participación es importante cuando se analiza cómo los jóvenes se relacionan con la política, porque el hecho de tener acceso a contenido político en redes sociales puede hacer que cambien su forma de pensar, de votar o incluso el nivel de participación cívica que tienen.

Manuel Castells, uno de los autores más importantes para entender la relación entre comunicación, tecnología y poder, plantea en su obra *La Sociedad Red*, que las redes son estructuras abiertas, flexibles y en constante expansión, que integran nuevos nodos siempre que estos compartan los mismos códigos de comunicación (Castells, *La Sociedad Red*, 1996). Esta idea es clave porque muestra que las redes no son estáticas, sino dinámicas, y que su fuerza radica en la capacidad que tienen para adaptarse a la información que circula dentro de ellas. Bajo esta lógica, no sorprende que los jóvenes sean quienes se incorporan más rápidamente a las plataformas digitales, ya que están familiarizados con estos códigos, ritmos y formas de interacción que caracterizan a los entornos virtuales.

Más adelante, en *Comunicación y Poder*, Castells (2009) ya profundiza de lleno en las redes sociales digitales, y las define como “plataformas de comunicación autónoma, donde los usuarios pueden generar, seleccionar y distribuir contenido al margen del control que tradicionalmente ejercían los medios de comunicación”. Esta autonomía transformo por completo la manera en que circula la información, especialmente la política, porque ahora no solo depende de medios formales, sino también del contenido que producen los mismos usuarios. Desde esta perspectiva, las redes sociales se vuelven un espacio donde los jóvenes no solamente consumen información política, sino también la reinterpretan, la comentan, la comparten y en muchos casos, la convierten en parte de propia identidad.

El comportamiento electoral en este contexto se vuelve cada vez más complejo, ya que las decisiones políticas no se forman únicamente a partir de lo que ven en noticias, debates o propagandas tradicionales, sino que además se van construyendo a partir de lo que ven en redes sociales, tendencias, videos cortos, debates improvisados, memes, comentarios de amigos o “influencers” sin si quiera muchas veces corroborar que la información que comparten sea verídica. Esta mezcla de información termina influyendo en la forma en que los jóvenes perciben

a los candidatos, los partidos, las propuestas y la propia importancia de participar en los procesos electorales.

Otro punto importante que aporta Castells es la idea del poder comunicativo, entendido como la capacidad que tienen las personas y grupos para influir en la mente de los demás a través de procesos simbólicos (Castells, 2009). Si llevamos esto al comportamiento electoral, se puede decir que las redes sociales son precisamente el espacio donde este poder se manifiesta con mayor claridad, porque ahí se disputan narrativas, se difunden mensajes y se construyen significados políticos que después impactan en la orientación del voto. Esto se nota especialmente en los jóvenes, quienes están expuestos constantemente a contenido que mezcla información seria con entretenimiento (Zamudio-Sosa, A., Leyva-Muñoz, O., & Solís, M. C. G. 2024), pero que, al final, también alimenta la percepción que tienen del proceso electoral.

En síntesis, la perspectiva de Castells permite comprender que las redes sociales no solo son plataformas de interacción, sino estructuras comunicativas que influyen en la formación de preferencias electorales.

2.3. Jóvenes y redes sociales

En las últimas décadas, el acceso generalizado a internet y al uso de redes sociales ha transformado profundamente las formas de comunicación e interacción entre los jóvenes. Esta transformación no es solamente técnica, sino cultural, porque modifica sus formas de socialización, consumo, expresión y participación.

Hoy en día, la relación entre los jóvenes y las redes sociales digitales se ha vuelto una de las transformaciones más notorias en la forma en que vivimos. Estas plataformas no sólo cambiaron cómo nos comunicamos entre iguales, sino que también se volvieron espacios importantes para que los jóvenes construyan su identidad, creen vínculos afectivos, definan su cultura y hasta generen nuevas formas de convivencia. Entender qué papel juegan las redes sociales en la vida de los jóvenes es clave para poder analizar los temas de cultura, sociedad o participación en tiempos actuales. En el caso de México, esto tiene aún más peso, porque los jóvenes forman una gran parte del padrón electoral y están completamente inmersos en el mundo digital, lo que hace que su relación con la tecnología tenga implicaciones importantes tanto para la teoría como para la práctica.

Para abordar esta relación, es fundamental comenzar por definir brevemente a qué nos referimos con juventud y redes sociales. Desde una perspectiva sociológica, la juventud no se reduce a una categoría etaria, sino que constituye una construcción social en la que convergen procesos de transición hacia la adultez, dinámicas culturales específicas, y formas particulares de habitar el presente (Reguillo, 2000).

En ese sentido, los jóvenes no pueden entenderse solamente como receptores pasivos de las tecnologías digitales, sino como actores con agencia propia que resignifican, adaptan y se apropian de estas herramientas con base en sus propias necesidades, formas de comunicación, códigos culturales y sentidos colectivos. Desde esta perspectiva, las redes sociales entre las que se encuentran Facebook, Instagram, TikTok, Twitter (hoy X), entre otras, deben ser comprendidas como plataformas digitales que no solo median la interacción social, sino que permiten compartir contenidos, generar vínculos, construir comunidades virtuales y desarrollar distintas prácticas comunicativas en entornos digitales.

De acuerdo con los datos más recientes de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (IFT & INEGI, 2023), el grupo de 18 a 24 años es el que más utiliza internet en México, con un 96.7%, seguido de los adolescentes de 12 a 17 años (92.4%). Dentro de los principales usos de internet por parte de la juventud se encuentra el acceso a redes sociales (91.5%), seguido por el entretenimiento (88.1%) y la comunicación interpersonal (93.3%). Esta información estadística no sólo confirma la alta conectividad de las juventudes, sino que demuestra que las redes sociales constituyen una de las principales motivaciones de uso digital.

Además, estas plataformas se configuran como espacios altamente personalizados, donde los algoritmos y el diseño de interfaz permiten adaptar el contenido a los intereses individuales, generando entornos digitales que refuerzan gustos, creencias o estilos de vida. Este fenómeno tiene implicaciones importantes para el desarrollo de la identidad de los jóvenes, ya que influye tanto en su sentido de pertenencia como en la manera en que se proyectan ante los demás. La constante exposición a comparaciones sociales, los filtros estéticos y la presión por obtener validación a través de “likes” pueden, como señala Holzbauer (2025), derivar en efectos psicológicos negativos, como ansiedad, baja autoestima y depresión, especialmente en etapas de alta vulnerabilidad emocional como la adolescencia.

Aún con todo lo que se ha dicho, tampoco se trata de ver las redes sociales como algo negativo o peligroso. Es importante no quedarnos con una idea reducida que solo resalte los riesgos. La realidad es que muchas y muchos jóvenes también usan estas plataformas como un espacio para expresarse, aprender cosas nuevas, informarse de temas que les interesan, y hasta para organizarse en torno a causas sociales. También encuentran contenido educativo o cultural que quizá de otro modo no tendrían al alcance. Por eso, hay que tener una mirada más equilibrada, que vea tanto lo bueno como lo malo de estos entornos digitales.

Además, vale la pena destacar que las redes sociales también cumplen un papel importante al permitir que jóvenes que normalmente estarían alejados o sin acceso a ciertos espacios, puedan conectarse e integrarse. Esto cobra más sentido en lugares como Guerrero, donde las desigualdades sociales, económicas y de territorio siguen marcando muchas diferencias. En estos contextos, las redes pueden abrir oportunidades para expresarse, informarse y participar, especialmente entre quienes históricamente han sido más excluidos.

En síntesis, las redes sociales constituyen una dimensión central en la vida de los jóvenes contemporáneos. Su uso no puede ser entendido únicamente como una práctica tecnológica, sino como un fenómeno cultural complejo que atraviesa múltiples dimensiones: desde la identidad hasta lo emocional, desde lo social hasta lo cognitivo. Entender cómo los jóvenes se vinculan con las redes es clave para analizar su manera de habitar el mundo, de informarse y de relacionarse con los demás. Este conocimiento será fundamental para interpretar, en capítulos posteriores, cómo esta relación digital puede influir también en dimensiones como la participación política, la construcción de ciudadanía o el comportamiento electoral.

Los jóvenes, principalmente aquellos que en su mayoría están cerca de los 18 años, han crecido rodeados de tecnología, a tal punto que se les ha conocido como generación digital, nativos digitales o la generación del pulgar, pues son generaciones que han crecido con más tiempo conociendo los medios digitales que no conociéndolos, y sobre todo los utilizan cada día para comunicarse, entretenerse o recurren a ellos para aprender sobre temas que son de su interés, y este sector joven representa un segmento de la población más activo en el uso de las nuevas tecnologías en todo el mundo (Marañón, 2012).

2.3.1. Importancia de las redes sociales en la política

En la actualidad, las redes sociales han adquirido una importancia central dentro del ecosistema político y comunicacional. Estas plataformas digitales no solo han cambiado la manera en que se comparten los mensajes políticos, sino que también han transformado por completo la relación entre quienes hacen política y la ciudadanía.

Según el artículo *Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública* (2024), las redes sociales permiten una interacción más directa y constante con los votantes, lo cual representa una ruptura con los canales tradicionales de comunicación política.

Según se menciona en el estudio, las estrategias de comunicación que se han venido desarrollando en redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram no se han limitado únicamente a compartir propuestas políticas, sino que han servido también para moldear la opinión pública a través de narrativas que resultan mucho más cercanas, con un tono más emocional y personalizado. Esta forma de comunicarse les ha dado a los líderes políticos una herramienta bastante útil para conectar con sus audiencias, generar empatía y responder de manera casi inmediata ante cualquier situación coyuntural, lo cual les ayuda a construir una imagen mucho más accesible y entendible frente al electorado (Quinde & Rodríguez, 2024).

En el artículo también se destaca que las redes sociales han sido herramientas bastante efectivas para promover la movilización ciudadana. A través de estas plataformas se han convocado marchas, debates en línea, campañas relacionadas con el voto, y también se ha abierto un espacio para que se genere discusión pública. Esta forma de participación política en lo digital ha sido especialmente significativa para los sectores jóvenes, ya que muchos encuentran en estos espacios una vía para informarse, expresar sus opiniones y organizarse políticamente, incluso sin tener que pasar por los canales institucionales más tradicionales. En ese mismo sentido, las redes sociales se han convertido en escenarios donde sí se promueve la participación cívica, sobre todo en contextos donde hay desconfianza hacia las instituciones o donde la presencia del Estado es muy limitada (Quinde & Rodríguez, 2024).

Ahora bien, el mismo artículo también llama la atención sobre los riesgos que conlleva el uso político de estas plataformas. Entre los principales problemas que se mencionan están la difusión de noticias falsas, la manipulación de la información y el surgimiento de cámaras de eco, que

terminan por reforzar posturas ya existentes y muy polarizadas. Esto plantea la necesidad de fortalecer la alfabetización digital y desarrollar una ciudadanía crítica que pueda discernir entre información legítima y desinformación (Quinde & Rodríguez, 2024).

En el marco de la presente investigación, centrada en el comportamiento electoral de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024, es fundamental considerar el papel que juegan las redes sociales no solo como herramientas de comunicación, sino como espacios donde se construye opinión política, se generan vínculos cívicos y se decide la participación en los procesos democráticos. En suma, como lo plantea el artículo consultado, las redes sociales no son simplemente plataformas tecnológicas, sino figuras activas en la configuración del poder político contemporáneo.

2.3.2. Activismo político en redes sociales

El activismo político no es un fenómeno nuevo ni exclusivo del entorno digital; por el contrario, ha existido históricamente como una manifestación organizada de participación ciudadana en respuesta a diversas causas sociales, económicas o políticas. Sin embargo, con la expansión del uso de internet y, particularmente, de las redes sociales, estas formas de acción colectiva han encontrado nuevos espacios de expresión y articulación que han transformado su alcance, su dinámica y sus estrategias.

Las redes sociales han cambiado por completo la forma en que las personas se movilizan y se expresan políticamente. En este nuevo panorama, ya no es necesario que los activistas dependan de espacios institucionalizados o de los medios tradicionales para dar a conocer sus ideas, ya que ahora pueden hacerlo de manera autónoma, directa y sin tantas limitaciones, superando barreras físicas y geográficas. Como lo menciona Zúñiga (2015), estas plataformas digitales se han convertido en verdaderos espacios públicos donde coinciden discursos, demandas, ideologías y formas distintas de entender el mundo, lo cual ha permitido que el activismo logre extenderse más allá de las restricciones del espacio físico. A través de estas herramientas, los activistas no solo logran visibilizar sus causas, sino que también pueden conectar con personas que comparten los mismos intereses, formar redes de apoyo y fortalecer el alcance e impacto de las luchas que están llevando a cabo.

En este sentido, el activismo en redes sociales no se limita únicamente a la difusión de mensajes o contenidos políticos, sino que implica una serie de acciones coordinadas orientadas al cambio. Estas acciones pueden manifestarse en campañas digitales, protestas organizadas desde plataformas como Facebook o Twitter, recolección de firmas en línea, difusión de información crítica, o el uso de “hashtags” para posicionar temas en la agenda pública. Todas estas formas de expresión son parte de un fenómeno más amplio que busca influir en las decisiones colectivas, incidir en las políticas públicas o transformar la percepción social sobre determinados problemas.

Zúñiga (2015) define el activismo como un “conjunto de acciones colectivas encaminadas a promover un cambio significativo en alguna esfera de la vida social, política o económica”. Este tipo de participación busca involucrar a otras personas en la causa, generando una red de colaboración y compromiso que refuerza el sentido de comunidad y la eficacia de la movilización. En el entorno digital, esta colaboración se ve facilitada por la inmediatez, la interactividad y el alcance masivo de las redes, lo que permite que una causa local pueda adquirir visibilidad nacional o incluso global en cuestión de horas.

Además, el activismo digital ha abierto la puerta a una participación política mucho más accesible para distintos sectores de la sociedad. Jóvenes, mujeres, comunidades históricamente marginadas y otros actores que antes quedaban fuera de los espacios tradicionales de representación, han encontrado en las redes sociales un canal válido para hacerse escuchar. Este punto resulta especialmente importante para este estudio, ya que los jóvenes guerrerenses, en un contexto marcado por la baja participación electoral y la desconfianza en las instituciones, han podido recurrir a las redes como una vía legítima y útil para expresar sus ideas, organizarse políticamente y participar en procesos electorales sin necesidad de hacerlo por las vías convencionales (Zúñiga, 2015).

Como consecuencia de lo anterior, las redes sociales no solo han hecho que el activismo llegue a más personas, sino que también han transformado la forma en que se lleva a cabo. Ya no se trata solo de marchas o mítines, sino también de generar contenido viral, de construir discursos digitales, de organizar comunidades en línea y ejercer presión desde lo virtual en tiempo real. Todo esto ha dado lugar a lo que algunos autores han llamado “activismo de red”, una forma de

participación caracterizada por ser más horizontal, más flexible y menos centralizada, lo cual ha permitido nuevas formas de acción política adaptadas al entorno digital (Zúñiga, 2015).

Por eso, cuando se analiza la relación entre juventud, redes sociales y participación electoral, es indispensable tener en cuenta cómo entra en juego el activismo digital. No se trata solamente de expresar una opinión, sino que este tipo de activismo puede influir directamente en la decisión de votar, en el respaldo a un candidato o incluso en el seguimiento ciudadano a los procesos democráticos. Comprender este fenómeno implica entender que el activismo digital representa una nueva forma de ciudadanía, donde la tecnología se convierte en una herramienta clave para ejercer derechos, exigir rendición de cuentas y participar activamente en la vida pública.

2.4. El papel de los jóvenes en las elecciones presidenciales 2024

Las redes sociales desempeñan un papel clave en el fortalecimiento y la continuidad de las democracias contemporáneas. Actualmente, resulta imposible comprender la dinámica social, sus formas de vida y conflictos, sin considerar el impacto de estas plataformas digitales. La comunicación está estrechamente vinculada a la actividad política, y es fundamental para que el poder legislativo se abra a la ciudadanía y esta pueda entender con mayor claridad las decisiones públicas. Informar y comunicar las acciones gubernamentales permite generar cercanía con la sociedad y cumplir adecuadamente con el rol de representación. Asimismo, facilita que la ciudadanía ejerza mecanismos de control y vigilancia sobre el quehacer público. En el contexto actual, gran parte de esta comunicación tiene lugar precisamente a través de las redes sociales (Chaves-Montero, 2017).

En el caso de los jóvenes, su incorporación a las redes sociales ocurre como parte de un proceso de socialización digital que inicia desde edades tempranas y se consolida durante la adolescencia. Estas plataformas se convierten rápidamente en espacios cotidianos donde conviven, consumen información, crean contenido y construyen parte de su identidad. Por ello, cuando alcanzan la edad para participar en procesos electorales, ya están completamente familiarizados con los lenguajes, dinámicas y formatos propios del entorno digital. Esto implica que los jóvenes no necesariamente buscan información política de forma deliberada más bien, dicha información aparece integrada en el flujo de contenido que consumen diariamente gracias a los algoritmos, las tendencias virales y las interacciones con sus redes de contacto. De esta

manera, las redes sociales se consolidan como el principal mecanismo de entrada a la conversación pública y a la información electoral para este sector de la población.

Durante los últimos años, en los procesos político-electorales en América Latina, ha cobrado fuerza un nuevo fenómeno conocido como cyberpolítica, el cual ha adquirido un lugar propio dentro de las campañas electorales. Cuando se utiliza adecuadamente, este recurso se incorpora de manera estratégica al diseño y ejecución de la comunicación política.

El crecimiento en la importancia de las redes sociales dentro del ámbito electoral tuvo como punto de partida el notable efecto que estas plataformas generaron durante la campaña presidencial de Barack Obama en 2008, marcando un antes y un después en la forma de comunicar en política (Chaves-Montero, 2017).

A partir de entonces, la comunicación política ha experimentado transformaciones significativas, tanto en su estructura como en sus canales. Esta evolución ha desplazado a los medios tradicionales, que antes eran los principales vehículos de información, y ha otorgado protagonismo a nuevas herramientas, como las redes sociales, que se han convertido en componentes esenciales de las estrategias contemporáneas de comunicación política.

Los individuos interpretan su experiencia social y política a través de la comunicación, la cual organiza la vida pública en dos grandes categorías: la esfera pública y la esfera deliberativa. La primera se entiende como un espacio institucional donde se construye la voluntad política mediante el intercambio constante de ideas e información. Antes de la revolución digital, este espacio se encontraba delimitado a lugares como clubes, salones, medios impresos y otros foros presenciales. (Chaves-Montero, 2017).

Con la llegada de las tecnologías digitales, el concepto de esfera pública se transforma al incorporar nuevos espacios de interacción. En este contexto, los ciberespacios surgen como entornos donde se reconfigura la esfera pública: allí se concentran la información, el debate, la organización y la lucha política. Plataformas como Twitter representan una nueva expresión de este fenómeno, especialmente en un momento de debilitamiento de los canales tradicionales de comunicación política. Así, las redes sociales se consolidan como nuevos espacios donde la

ciudadanía puede expresar, confrontar y compartir puntos de vista diversos (Chaves-Montero, 2017).

Esta nueva esfera pública se distingue por fortalecer la participación ciudadana, desplazar el protagonismo de los medios tradicionales, permitir una mayor cercanía con la política y facilitar la activación electoral. Incluso medios como la televisión y la prensa convencional ya no son ajenos a este entorno, pues también reproducen contenidos generados en las redes por figuras públicas y actores políticos.

Los jóvenes ingresan al mundo digital de manera temprana, convirtiéndose en los principales usuarios de las redes sociales y en actores activos dentro de los entornos virtuales. Su incorporación no es únicamente tecnológica, sino también cultural: las redes forman parte de su vida cotidiana, de sus relaciones sociales y de su manera de entender la realidad. En ellas conviven, se informan, opinan y construyen identidad. Este vínculo constante con las plataformas digitales los posiciona como un grupo social especialmente sensible a los mensajes políticos que circulan en línea, lo que influye directamente en su forma de participar y en la manera en que perciben los procesos electorales.

En el caso de México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2023), reporta que más del 95 % de los jóvenes entre 18 y 29 años utilizan internet y redes sociales de forma cotidiana, las plataformas más comunes son Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok. Este acceso continuo les permite interactuar con contenidos políticos sin necesidad de acudir a los medios tradicionales. De esta manera, su participación no siempre se da en espacios formales, sino que surge de interacciones espontáneas: compartir publicaciones, debatir en comentarios o seguir cuentas de actores públicos. Estas acciones, aunque parezcan simples, forman parte de un proceso de socialización política que ocurre en el entorno digital.

Así, la entrada de los jóvenes a las redes sociales no solo responde a una cuestión generacional, sino también a una búsqueda de reconocimiento y pertenencia dentro de una comunidad simbólica más amplia. Las redes funcionan como espacios donde los jóvenes pueden expresar su identidad, sus inconformidades y sus aspiraciones colectivas, muchas veces al margen de las estructuras institucionales tradicionales. Desde esta perspectiva, el uso de las redes durante las elecciones presidenciales de 2024 se convirtió en una herramienta que extendió su voz y les permitió participar de una manera más horizontal, libre y constante en el debate político nacional.

Este nuevo escenario comunicacional no solo redefine las formas de interacción política, sino que transforma profundamente la relación entre ciudadanía, instituciones y elecciones. En el caso de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024, las redes sociales fueron clave como espacio de socialización política, construcción de opinión y movilización. Al funcionar como una extensión digital de la esfera pública, estas plataformas permiten a los jóvenes involucrarse en el debate político desde sus propios códigos culturales y expresivos, lo que incide directamente en su comportamiento electoral y en su noción de participación democrática.

CAPÍTULO 3. LOS JÓVENES Y LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN GUERRERO 2024

Este capítulo se enfoca en el contexto territorial y social específico del estado de Guerrero, con énfasis en el papel que desempeñaron los jóvenes durante las elecciones presidenciales de 2024. A partir del marco teórico expuesto, aquí se abordan aspectos empíricos relacionados con las características sociales y económicas de la juventud guerrerense, su acceso a las tecnologías digitales y el uso cotidiano que hacen de las redes sociales. Se exploran también las estrategias empleadas por los partidos políticos y candidatos en plataformas digitales, así como el impacto que estas tuvieron en la participación y el comportamiento político-electoral de los jóvenes. Este análisis permite vincular directamente los conceptos teóricos con la realidad vivida en Guerrero, facilitando una comprensión más clara de cómo las redes sociales influyeron en la toma de decisiones del electorado joven en dicho proceso electoral.

3.1. Características sociales y económicas de Guerrero

El estado de Guerrero, ubicado en el sur de México, contaba en 2020 con una población de aproximadamente 3.54 millones de habitantes, caracterizada por una ligera mayoría femenina (52%). Durante la última década, el crecimiento demográfico fue moderado, aumentando un 4.48% (Secretaría de Economía, 2025). Esta dinámica poblacional resulta relevante para analizar el perfil de los jóvenes votantes en el proceso electoral de 2024, considerando que gran parte de la población se encuentra en edad laboral y de formación política.

Desde el punto de vista económico, Guerrero enfrenta importantes desafíos. En 2023, el valor total de sus exportaciones fue de 17.2 millones de dólares, destacan productos como frutas frescas, artículos de joyería y coco. Sin embargo, en el mismo año se observó una disminución tanto en exportaciones como en importaciones. Estados Unidos, Canadá y Ecuador fueron los principales socios comerciales, lo que evidencia una economía externa limitada y concentrada en sectores primarios y manufactura artesanal. Esta situación refleja la dependencia económica de actividades de bajo valor agregado, lo que se traduce en limitadas oportunidades de empleo formal para los jóvenes (Secretaría de Economía, 2025).

En cuanto al mercado laboral, Guerrero presenta una tasa de desempleo baja, de apenas 1.32%; no obstante, este dato contrasta con una elevada tasa de informalidad laboral, que alcanza el 78.3%. El salario promedio mensual ronda los \$4,490 MXN, cifra que denota condiciones económicas precarias para gran parte de la población. Las principales ocupaciones se concentran en el sector agrícola y el comercio informal, sectores tradicionalmente menos expuestos a políticas de profesionalización o participación cívica (Secretaría de Economía, 2025).

Estos factores socioeconómicos inciden directamente en la forma en que los jóvenes guerrerenses se relacionan con la política y las tecnologías de información. Las redes sociales digitales se convierten en una vía accesible y de bajo costo para acceder a información política, expresar opiniones y construir formas alternativas de participación (Leyva Muñoz P. 2026). En un entorno donde los medios tradicionales y las estructuras formales ofrecen pocas oportunidades de representación, el capital social generado en redes virtuales se presenta como un elemento clave para la movilización electoral de los jóvenes.

Tabla 4

Indicadores Socioeconómicos de Guerrero (2023-2024)

Indicador	Valor
Población total	3,540,685 habitantes
Crecimiento poblacional (2010-2020)	4.48%
Tasa de desempleo	1.32%
Tasa de informalidad laboral	78.3%
Salario promedio mensual	\$4,490 MXN
Valor de exportaciones	17.2 millones USD
Valor de importaciones	17.7 millones USD

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de: Secretaría de Economía (2025). Data México.

La gráfica muestra la situación demográfica, laboral y comercial de Guerrero, reflejando los principales retos económicos y sociales que enfrenta la población joven. Los altos niveles de informalidad laboral y el bajo salario promedio mensual son factores que inciden en la forma en que los jóvenes buscan alternativas de participación y acceso a la información política, especialmente a través de las redes sociales.

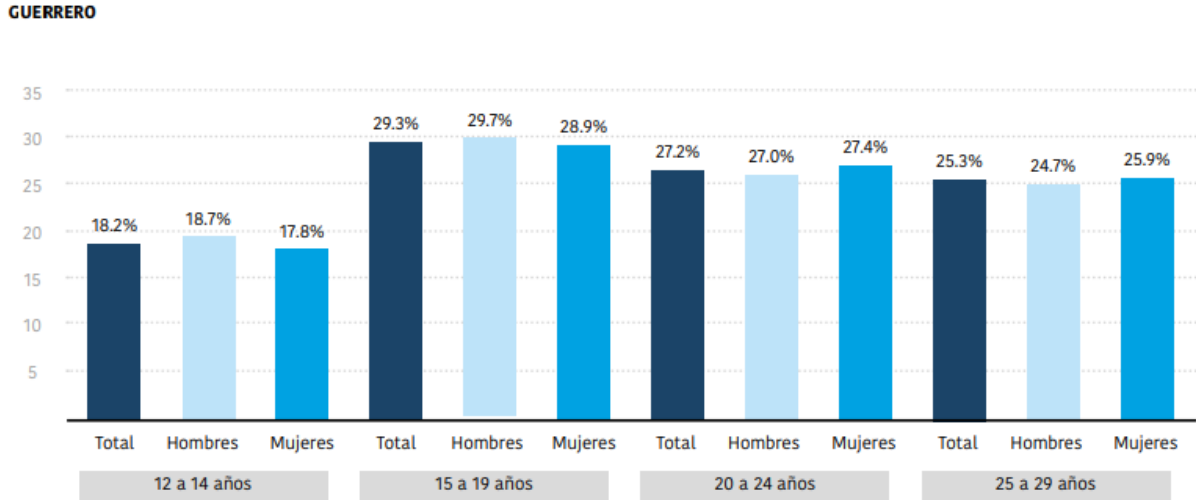
3.2. Perfil demográfico de los jóvenes guerrerenses y acceso digital

En Guerrero, la población joven representa el 32.2% de la población total de la entidad, mientras que a nivel nacional este porcentaje representa el 30.7% de la población total.

Por grupos de edad, encontramos que en Guerrero la mayoría de las personas jóvenes se encuentran en el grupo de 15 a 19 años (29.3%), seguido del grupo de 20 a 24 años (27.2%), sin observar diferencias importantes por sexo (IMJUVE, 2021).

Figura 1

Distribución porcentual de la población joven en Guerrero por grupos de edad.



Fuente: Estimaciones de CONAPO, Proyecciones de la Población de México y de las Entidades Federativas, 2016-2050.

Nota. Gráfica comparativa de los jóvenes en Guerrero. Fuente: Tomado de IMJUVE (2021).

La población joven constituye un segmento estratégico dentro de la estructura demográfica del estado de Guerrero, al representar el 32.2% de la población total, porcentaje incluso superior al promedio nacional, que se sitúa en 30.7% (IMJUVE, 2021). Esta amplia presencia de los jóvenes

no solo tiene implicaciones demográficas, sino que también representa una oportunidad clave para fomentar procesos de transformación social, cultural y política en la entidad.

Particularmente, los grupos de edad de 15 a 19 años (29.3%) y 20 a 24 años (27.2%) concentran la mayor proporción de jóvenes guerrerenses, lo cual sugiere un potencial considerable de participación en la vida pública y en procesos electorales. Estos sectores, en muchos casos, representan el primer contacto formal con la ciudadanía política a través del voto, lo que les convierte en actores fundamentales para el fortalecimiento de la democracia representativa (IMJUVE, 2021).

La relevancia de este grupo etario en el contexto guerrerense se acentúa aún más si se considera que las juventudes suelen estar más expuestas y conectadas a entornos digitales, incluyendo las redes sociales, que hoy en día fungen como canales primarios de información, movilización e influencia política. En este sentido, los jóvenes no solo son receptores pasivos de mensajes, sino también generadores de contenidos y agentes de cambio dentro del espacio público digital. Su capacidad de organización, difusión y respuesta inmediata frente a eventos sociopolíticos puede ser decisiva en el rumbo de procesos como las elecciones presidenciales de 2024.

Así, comprender las dinámicas de este grupo (sus intereses, formas de comunicación y niveles de participación) es esencial para diseñar políticas públicas inclusivas, estrategias de comunicación electoral efectivas, y mecanismos que fortalezcan la cultura democrática en el estado.

En el estado de Guerrero, los jóvenes representan un sector significativo de la población. Según datos del INEGI (2020), aproximadamente el 29% de los habitantes del estado se encuentran en el rango de edad de 15 a 29 años, considerado como el segmento joven. Esta población se distribuye en mayor proporción en zonas urbanas como Acapulco, Chilpancingo e Iguala, aunque también hay una presencia importante en regiones rurales, donde las condiciones de vida y acceso a servicios presentan mayores desigualdades. El crecimiento de este grupo etario, sumado a su creciente exposición a tecnologías digitales, lo convierte en un actor clave para el análisis del comportamiento electoral contemporáneo.

Las condiciones socioeconómicas de los jóvenes guerrerenses están marcadas por la precariedad. Muchos enfrentan niveles educativos bajos y limitadas oportunidades laborales. En 2020, la tasa de desocupación de los jóvenes era del 4.3%, mientras que más del 70% de los jóvenes ocupados laboraban en condiciones informales (INEGI, 2021). Estas circunstancias afectan no solo su bienestar económico, sino también su acceso a tecnologías de información y comunicación (TIC), lo cual es un componente central en los procesos de socialización política y formación de opinión.

El acceso digital entre los jóvenes en Guerrero ha mostrado avances, pero aún existen brechas importantes. La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares reporta que el 63.2% de los hogares en Guerrero disponen de internet, con acceso a través de dispositivos móviles, como el más común (ENDUTIH, 2022). Sin embargo, esta cifra varía significativamente entre zonas urbanas y rurales, lo que refleja una brecha digital territorial que condiciona el uso de las redes sociales como fuente de información política y medio de participación ciudadana. La mayoría de los jóvenes con conectividad utilizan redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok. Estas plataformas son su principal fuente de noticias y canales de expresión política informal.

A pesar del incremento en el acceso a internet, las brechas digitales persisten en función del nivel de ingreso, el nivel educativo y la localización geográfica. Estas diferencias no solo condicionan la exposición a contenidos informativos durante procesos electorales, sino que también influyen en la capacidad crítica para discernir entre información confiable y desinformación. En este contexto, el análisis del perfil digital de los jóvenes se vuelve fundamental para entender cómo se configura su comportamiento político-electoral, particularmente durante las elecciones presidenciales del 2024.

3.2.1. Acceso digital y brechas

En México, la ENDUTIH revela una marcada disparidad en el acceso a internet entre zonas urbanas y rurales. A nivel nacional, el 83.8% de la población de 6 años o más en áreas urbanas utilizó internet, mientras que, en zonas rurales se redujo al 62.3% (ENDUTIH, 2022). De esto se puede inferir que, en Guerrero, una entidad con alta proporción de población rural e indígena, estas brechas son aún más pronunciadas.

Esta desigualdad en el acceso limita las oportunidades de los jóvenes en zonas rurales para acceder a información, educación en línea y participar en procesos cívicos digitales, perpetuando la exclusión social y económica.

También destaca las diferencias en el uso de internet por género. A nivel nacional indica que, el 78.1% de las mujeres de 6 años o más utilizaron internet, mientras que, el 79.3 % de los hombres lo utilizaron (ENDUTIH, 2022). Aunque la diferencia puede parecer mínima, se suma a otras barreras que enfrentan las mujeres, como menores ingresos y responsabilidades domésticas, que pueden limitar su acceso y tiempo disponible para el uso de tecnologías digitales.

Las brechas digitales no solo reflejan desigualdades tecnológicas, sino que también son expresión de profundas disparidades sociales, económicas, educativas y territoriales. En el caso de Guerrero, estas diferencias se manifiestan con particular severidad, dado su alto grado de marginación y su composición geográfica que combina zonas urbanas concentradas con extensas áreas rurales e indígenas. La población joven (un grupo clave por su peso demográfico y su potencial de transformación social) se ve especialmente afectada cuando no tiene acceso igualitario a las tecnologías digitales.

Desde el punto de vista de la participación cívica, las tecnologías digitales (y particularmente las redes sociales) se han convertido en canales fundamentales para el ejercicio de la ciudadanía, permitiendo la deliberación política, la organización social, el seguimiento de campañas electorales y la denuncia de irregularidades. Sin embargo, cuando el acceso es desigual, se generan brechas en la posibilidad de influir o incluso de enterarse de lo que ocurre en el entorno político. Un joven que no tiene conexión a internet o que solo puede acceder mediante un celular con datos limitados, difícilmente podrá mantenerse informado, interactuar con actores políticos, o participar en iniciativas ciudadanas en línea.

El acceso desigual a la información también repercute en la formación de opiniones políticas. Las campañas electorales actuales están fuertemente mediadas por contenidos digitales; desde publicaciones en redes sociales hasta transmisiones en vivo, encuestas interactivas y debates virtuales. Si ciertos sectores de los jóvenes están excluidos de estos entornos, su capacidad para tomar decisiones electorales informadas disminuye considerablemente. Esta desconexión

perpetúa la apatía política, alimenta el abstencionismo y reduce la capacidad de vigilancia ciudadana.

Además, esta situación limita el desarrollo de competencias digitales críticas. El acceso no solo implica tener conexión, sino también saber usar las tecnologías de manera significativa. Jóvenes sin formación digital pueden ser más vulnerables a la desinformación, fenómeno que ha tenido un papel importante en las elecciones recientes y que afecta particularmente a usuarios con menor nivel educativo o con menos práctica en el análisis crítico de contenidos.

En términos de políticas públicas, las brechas digitales deben ser vistas como un obstáculo estructural para la consolidación democrática. Asegurar la inclusión digital de la juventud guerrerense no es solo una cuestión de equidad tecnológica, sino una condición para garantizar su participación plena en la vida pública. Esto requiere programas específicos de conectividad, alfabetización digital, y promoción del uso cívico de las tecnologías.

3.2.2. Implicaciones para la participación electoral

En la era digital, el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación se ha convertido en un factor determinante para la participación política, especialmente entre los jóvenes. En Guerrero, un estado con marcadas desigualdades socioeconómicas y de conectividad, las limitaciones en el acceso digital pueden representar una barrera significativa para el involucramiento de la juventud en los procesos democráticos, particularmente en elecciones, como las presidenciales de 2024.

El acceso limitado a internet o la falta de dispositivos adecuados, especialmente en zonas rurales, afecta la capacidad de los jóvenes para informarse sobre propuestas electorales, conocer a los candidatos o contrastar narrativas políticas. En contextos donde la información circula predominantemente por redes sociales, los jóvenes desconectados tienden a depender de fuentes informales o de boca en boca, lo que puede facilitar la propagación de desinformación y limitar el juicio crítico al momento de emitir el voto.

Por otro lado, para los jóvenes con acceso efectivo a internet, las redes sociales se han consolidado como un espacio de politización, expresión y movilización. Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y X (antes Twitter) permiten a los usuarios compartir contenido

político, participar en debates, organizarse colectivamente e incluso ejercer presión sobre actores públicos. Diversos estudios han mostrado que los jóvenes que utilizan redes sociales de forma activa tienen mayor probabilidad de involucrarse en actividades cívicas, como votar, participar en manifestaciones o apoyar causas sociales.

Un ejemplo reciente lo ofrece el movimiento estudiantil “#YoSoy132”, surgido en México durante las elecciones de 2012, el cual demostró el potencial de las redes sociales para articular demandas políticas, coordinar manifestaciones masivas y visibilizar temas ausentes en la agenda mediática tradicional. A través de plataformas digitales, los jóvenes lograron construir una narrativa alternativa, ejercer presión sobre candidatos y fomentar una mayor vigilancia ciudadana sobre el proceso electoral (Hernández, 2014).

Este fenómeno convierte a las redes sociales en una herramienta estratégica para fomentar la concienciación electoral y contrarrestar el abstencionismo de los jóvenes. A través de campañas digitales, influencers políticos, y narrativas visuales adaptadas al lenguaje de los jóvenes, se ha logrado incrementar la visibilidad de los procesos electorales y facilitar la toma de decisiones informadas. Sin embargo, este potencial solo es realizable si existe una conectividad efectiva y una alfabetización digital mínima (Hernández, 2014).

En este contexto, resulta indispensable que las políticas públicas integren la dimensión digital como un eje transversal de la formación ciudadana. Garantizar el acceso universal a internet y promover el uso responsable y crítico de las redes sociales pueden contribuir significativamente al empoderamiento político de los jóvenes guerrerenses y a una democracia más inclusiva.

3.3. Redes sociales y campañas electorales

Las campañas electorales han cambiado mucho con el paso del tiempo, y uno de los factores más importantes en esta transformación ha sido el uso de las redes sociales. Estas plataformas digitales se han convertido en herramientas clave para los candidatos, ya que les permiten comunicarse de manera directa, rápida y sin intermediarios con el electorado. Un ejemplo de los primeros movimientos surgidos por estos medios es el #YoSoy132.

Este movimiento es un parteaguas en la forma en que se concibe la participación política de los jóvenes en México, especialmente en el uso de las redes sociales como medio de organización,

expresión y resistencia. Si bien ya existían antecedentes de activismo digital, este fenómeno se convirtió en el primer gran ejemplo en el que se articuló una comunidad joven amplia, diversa y conectada digitalmente, que logró incidir en el debate público nacional. Surgió en un contexto de inconformidad con la cobertura mediática durante el proceso electoral de 2012, #YoSoy132 demostró que los jóvenes no eran apáticos, sino que habían encontrado nuevas formas de involucrarse políticamente, fuera de los canales institucionales tradicionales.

Treré (2013), en su análisis sobre este movimiento, destaca que #YoSoy132 utilizó las redes sociales no sólo como canales de información, sino como herramientas esenciales para la acción colectiva, en donde el video, la imagen y el discurso se convirtieron en vehículos de movilización. Según Treré, este tipo de prácticas digitales representan una nueva forma de “comunicación conectiva” en la que los jóvenes no se limitan a consumir información, sino que producen contenido con capacidad de generar impacto político. A través de plataformas como Facebook, Twitter o YouTube, los participantes del movimiento lograron difundir mensajes, documentar protestas y desafiar al sistema mediático desde una narrativa alternativa y autogestionada.

De acuerdo con Treré (2013), esta experiencia no puede ser entendida únicamente como una protesta coyuntural, sino como un ejemplo emblemático del surgimiento de nuevos movimientos sociales mediados por la tecnología, donde el sujeto político se reinventa como alguien que produce y al mismo tiempo consume información en un entorno digital. Esta transformación comunicativa permitió que el movimiento escalara a nivel nacional, sin necesidad de estructuras jerárquicas tradicionales, lo que le dio una forma horizontal y dinámica, propia del entorno digital.

En este sentido, #YoSoy132 marcó un antes y un después en la historia política reciente del país, porque evidenció que las redes sociales pueden ser empleadas para organizar, debatir, denunciar y visibilizar causas sociales desde una lógica distinta a la de los partidos políticos o medios convencionales. Como señala Treré (2013), este caso dejó en claro que la tecnología digital, lejos de ser un simple accesorio, se ha convertido en un recurso estratégico para la movilización social y para el ejercicio de una ciudadanía crítica y activa.

A partir del movimiento #YoSoy132, los partidos políticos en México comenzaron a modificar sustancialmente su manera de comunicarse con el electorado. El activismo digital evidenció el poder de las plataformas sociales como espacios de articulación política, lo que llevó a que en procesos posteriores los actores políticos incorporaran con mayor sistematicidad estas herramientas a sus estrategias de campaña. En este sentido, las redes sociales dejaron de ser un canal complementario para convertirse en el escenario principal de muchas disputas simbólicas y narrativas electorales. Como señala López Aguirre (2022), esta transformación digital ha propiciado una lógica comunicativa donde la cercanía, la autenticidad y la inmediatez son claves para conectar con el electorado, especialmente con el segmento joven.

La campaña de Samuel García al gobierno de Nuevo León es el ejemplo perfecto de esta lógica. Su éxito en plataformas como Instagram y TikTok no sólo radicó en el contenido político tradicional, sino en la viralización de momentos cotidianos y aparentemente triviales. La frase “fosfo fosfo”, pronunciada por su esposa Mariana Rodríguez en un video espontáneo, se convirtió en un fenómeno viral que captó la atención masiva, ampliando su visibilidad y posicionando su imagen en el imaginario digital. Como plantea Orozco y Gutiérrez (2023), esta clase de eventos pone de manifiesto el papel de los “influencers” en la construcción de narrativas políticas, pues logran generar conexión emocional con la audiencia, rompiendo las barreras entre lo público y lo privado, lo político y lo cotidiano.

Por otro lado, el caso de Andrés Manuel López Obrador representa una estrategia más institucionalizada, pero igualmente efectiva. Desde su campaña presidencial y particularmente en su ejercicio de gobierno, ha utilizado las redes sociales para consolidar una imagen de cercanía con el pueblo. Las conferencias matutinas, mejor conocidas como “las mañaneras”, no sólo han sido un instrumento de comunicación política tradicional, sino un contenido altamente difundido y apropiado por usuarios en redes. Si lo vemos desde una perspectiva más amplia, esta práctica ha permitido construir una narrativa dominante, al presentar al presidente como el único emisor legítimo de la verdad frente a medios y opositores. El contraste entre el estilo espontáneo de Samuel García y la narrativa estructurada del expresidente Andrés Manuel, revela la diversidad de modelos de comunicación política digital en México, ambos exitosos en sus propios términos, pero igualmente dependientes de las lógicas de circulación de las plataformas sociales.

Durante las elecciones presidenciales de 2024 en México, las redes sociales volvieron a ocupar un lugar central en la estrategia de comunicación política de los principales candidatos. Cada aspirante a la presidencia empleó distintas plataformas digitales no solo para difundir sus propuestas, sino también para construir narrativas que conectaran emocionalmente con el electorado. Facebook, Instagram, X (antes Twitter) y TikTok fueron utilizadas como vitrinas para mostrar cercanía, autenticidad y, en muchos casos, para marcar distancia con los esquemas tradicionales de campaña.

Lo interesante de esta contienda fue cómo el tipo de contenido se adaptó al perfil del electorado joven, priorizando formatos ágiles, mensajes breves y una estética visual propia de las dinámicas digitales. Hubo una evidente apuesta por humanizar al candidato o candidata, a través de videos cotidianos, transmisiones en vivo, publicaciones espontáneas y participación en tendencias virales. La interacción directa con los usuarios, respuestas en comentarios, participación en foros en línea o en espacios tipo “en vivo”, permitió generar una sensación de cercanía, incluso entre personas alejadas del activismo político formal.

Más allá del contenido informativo, se promovió también el contenido emocional. Se usaron los logros personales, las historias de vida o las causas sociales como elementos narrativos que, al compartirse, generaban reacciones y fortalecían la identidad del electorado con un perfil político determinado. Esto no solo reforzó la presencia mediática de los candidatos, sino que también modificó la forma en que los votantes perciben el proceso electoral: más inmediato, más visual y ligado al lenguaje de las redes.

La transformación digital de las campañas no solo modificó las estrategias políticas, también impactó directamente en la forma en que los jóvenes se relacionan con la política. En este proceso, las redes sociales han actuado como puente entre la apatía tradicional y una nueva forma de vinculación política. Para muchos jóvenes, el primer acercamiento con una candidatura o una propuesta no fue a través de un mitin o un spot televisivo, sino mediante un video en TikTok o una historia de Instagram.

Esta interacción constante y horizontal ha generado un entorno en el que los jóvenes ya no son únicamente receptores, sino también generadores de contenido político. Desde memes hasta análisis críticos, pasando por comentarios y debates en foros, los usuarios jóvenes han

convertido las plataformas digitales en espacios donde la participación política toma nuevas formas. Sin embargo, esta nueva realidad también implica retos importantes: la saturación de información, la dificultad para distinguir entre datos verificados y noticias falsas, y la tendencia a formar burbujas informativas que refuerzan visiones polarizadas.

A pesar de ello, es innegable que las redes sociales han ampliado el espectro de la participación política. Han facilitado que muchos jóvenes, antes desconectados del proceso democrático, ahora encuentren un canal para expresar sus ideas, cuestionar, apoyar o incluso vigilar el actuar de quienes aspiran a representarles. La clave está en aprovechar este potencial sin perder de vista los riesgos, buscando que la participación digital se complemente con una ciudadanía crítica, informada y activa también fuera del entorno virtual.

3.4. Comportamiento político-electoral de los jóvenes a través de redes sociales en Guerrero

Para hablar del comportamiento electoral de los jóvenes en Guerrero, es importante reconocer que no se puede analizar separado del contexto tecnológico y social en el que viven. En este sentido, Herrera Miranda y Leyva Muñoz (2021) señalan que la participación política de los jóvenes a través de redes sociales se ha convertido en una nueva forma de expresión cívica, pero también en una evidencia de las limitaciones estructurales que atraviesan en Guerrero. Los autores explican que, aunque existe una alta penetración del uso de dispositivos móviles entre la población joven, esto no necesariamente se traduce en un aumento en la participación electoral o en la generación de contenido político.

En su estudio, los autores muestran que el 91.95% de los jóvenes acceden a las redes sociales principalmente a través del teléfono celular, lo cual evidencia una alta conectividad tecnológica, sin embargo, esto no quiere decir que exista una participación digital activa en temas políticos. Herrera y Leyva encuentran que una gran parte de los jóvenes no crean ni difunden contenido de carácter político. Por ejemplo, el 61.01% de los encuestados nunca han enviado contenido político en línea, y el 77.97% nunca han creado contenido original con intención de participar en procesos cívicos o políticos (Herrera Miranda & Leyva Muñoz, 2021).

Esto refleja que, aunque los jóvenes se encuentran presentes en el espacio digital, esto no implica necesariamente que participen de forma activa en el debate electoral. Herrera y Leyva señalan

que el uso de redes sociales puede ser intensivo, pero no por ello políticamente significativo (2021). Es decir, se pueden pasar horas consumiendo contenido sin que eso signifique que los jóvenes están generando conciencia sobre el proceso electoral o en una decisión informada al momento de votar.

Un elemento que se vuelve central en su análisis es la falta de formación en alfabetización digital y mediática. El estudio reporta que el 50.85% de los jóvenes nunca ha recibido orientación o capacitación sobre el uso crítico de medios digitales dentro del aula. Esto implica que la mayor parte del aprendizaje sobre cómo interactuar en redes sociales ocurre de manera informal, sin una guía que permita distinguir entre información válida y contenido manipulado. Esta situación puede influir negativamente en su comportamiento electoral, pues si no hay herramientas para analizar críticamente la información que reciben, entonces las decisiones que tomen podrían estar basadas en desinformación o propaganda.

Otra de las conclusiones que ofrecen los autores tiene que ver con la idea de que la participación de los jóvenes se da muchas veces desde el anonimato o desde la invisibilidad. Esto quiere decir que no necesariamente participan activamente en debates políticos abiertos o en discusiones públicas, sino que su participación puede ser pasiva, como dar "me gusta", compartir publicaciones o seguir cuentas de candidatos. Herrera y Leyva (2021) llaman la atención sobre esto, porque si bien estas acciones son formas de participación, no generan necesariamente un impacto directo o visible en los procesos democráticos.

El estudio también menciona que hay una relación entre el nivel educativo y la participación política digital. Los jóvenes con mayor nivel de escolaridad están más propensos a generar o compartir contenido relacionado con la política, mientras que quienes tienen menor acceso a la educación tienden a tener una participación más limitada. Esto refuerza la idea de que el comportamiento electoral no depende solo de la tecnología disponible, sino también de factores estructurales como la educación, el contexto social y la capacidad crítica que se haya desarrollado.

Esto resulta especialmente relevante para un estado como Guerrero, donde la participación de los jóvenes ha sido históricamente baja, pero donde las redes sociales abren una posibilidad real de transformar esa tendencia si se les da el uso adecuado. El estudio de Herrera Miranda y Leyva

Muñoz (2021) ofrece un marco sólido para seguir indagando en cómo se están reconfigurando las formas de participación política de los jóvenes en el entorno digital, y cuáles podrían ser las rutas para fortalecer una ciudadanía más activa.

También es importante retomar lo que los propios jóvenes refirieron en el estudio cuando se les preguntó sobre su percepción respecto al uso de las redes sociales en temas políticos. Muchos de ellos afirmaron que, aunque les interesa participar, sienten que su voz no tiene un impacto real. Esta percepción de inutilidad o de indiferencia institucional es una barrera importante que limita no solo el comportamiento electoral, sino la implicación cívica más amplia. Herrera y Leyva exponen que, si los jóvenes sienten que su participación no es tomada en cuenta, es lógico que opten por mantenerse al margen del proceso electoral, incluso si siguen las campañas en redes.

En este sentido, la falta de respuesta institucional puede reforzar una cultura del desapego político entre las juventudes. Los autores también sugieren que es necesario rediseñar las estrategias de comunicación política para que sean más cercanas, interactivas y adaptadas al lenguaje y dinámicas de los jóvenes. Esto podría generar mayor identificación con los procesos democráticos y fomentar un mayor involucramiento.

Por otro lado, es importante mencionar que el comportamiento electoral en redes también está influido por el tipo de contenido que se consume. El estudio muestra que gran parte de los jóvenes prefiere consumir contenido de entretenimiento, noticias breves o memes relacionados con la política antes que documentos largos o discursos formales. Esto implica que las estrategias de comunicación política deben adaptarse a estas formas de consumo, sin por ello renunciar al contenido sustantivo.

Finalmente, una de las reflexiones que se pueden extraer del trabajo de estos autores es que el comportamiento electoral de los jóvenes a través de redes sociales no debe analizarse solo desde el punto de vista de la cantidad de contenido que generan o comparten, sino desde la forma en que las redes sociales se integran a su vida cotidiana, a sus formas de informarse, y a la manera en que construyen su identidad política. No se trata solo de medir participación visible, sino de entender que hay muchas formas de involucramiento que pueden ser menos evidentes, pero igualmente significativas.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Contexto de la investigación

Este estudio se desarrolló bajo el paradigma positivista, ya que parte de la idea de que la realidad social puede observarse, medirse y explicarse a través de datos objetivos, lo cual permitió analizar con claridad la relación entre las variables establecidas. Se empleó una metodología cuantitativa con un nivel de profundidad explicativo, debido a que se buscó analizar el efecto del uso de las redes sociales (variable independiente) sobre la intención del voto (variable dependiente), identificando patrones de influencia y estimando el grado en que una variable incide en la otra. Para ello, se utilizó como técnica de recolección de datos una encuesta estructurada, aplicada a una muestra determinada de jóvenes del estado de Guerrero, cuyos resultados fueron sometidos a análisis estadístico para contrastar la hipótesis planteada.

Asimismo, la investigación es un estudio no experimental, ya que no se manipularon deliberadamente ninguna de las variables, sino que se observaron los fenómenos en su contexto natural. Asimismo, el diseño fue de corte transversal, debido a que la recolección de datos se realizó en un único momento temporal, específicamente una semana antes de la jornada electoral lo que permitió captar percepciones inmediatas dentro de un contexto político-electoral activo.

La pertinencia del tema radica en que la población joven, especialmente en Guerrero, se desenvuelve en entornos digitales que han transformado la forma de informarse y participar políticamente, convirtiendo a las redes sociales en espacios fundamentales de socialización electoral. La viabilidad del trabajo se fortaleció al realizarse en un momento clave, pues la encuesta se aplicó una semana antes de la elección presidencial, lo que permitió captar percepciones frescas dentro de un contexto político activo. A partir de ello, se formuló la pregunta rectora: ¿De qué manera influyen las redes sociales en los jóvenes guerrerenses en la intención del voto durante las elecciones para la presidencia de la República en 2024?

El estudio se guio por el objetivo general: Analizar la influencia que tienen las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024. Así como por los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar el contexto teórico de la participación de los jóvenes en el proceso electoral de 2024 y la influencia de las redes sociales en la intención del voto.
2. Estudiar el impacto que tienen las redes sociales en los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024.
3. Generar propuestas para la formulación de acciones de los partidos políticos que motiven a los jóvenes guerrerenses a participar en las elecciones presidenciales de 2024.

En correspondencia con el nivel explicativo del estudio, se planteó la hipótesis de que las redes sociales ejercieron una influencia significativa en el comportamiento electoral (intención del voto) de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024. Bajo este enfoque, el estudio permitió medir, con datos claros y comparables la influencia que existe de una variable, sobre la otra, a fin de comprender y explicar el papel que tuvieron las plataformas digitales en un proceso político de gran relevancia nacional.

4.2. Diseño de investigación

El diseño de esta investigación se planteó como un estudio de tipo explicativo, debido a que las investigaciones explicativas se caracterizan por buscar comprender las causas o los factores que originan ciertos fenómenos, es decir, no solo describen lo que ocurre, sino que tratan de explicar porque sucede y como se relacionan entre sí las variables involucradas. Este tipo de estudios permiten identificar influencias, efectos o vínculos causales que ayudan a entender de manera más profunda un comportamiento social. Debido a esto, se eligió este tipo de estudio, porque el objetivo central de esta investigación es analizar de qué manera influyen las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante la elección presidencial de 2024. Al plantear esta relación se vuelve necesario utilizar un enfoque que permita medir y observar el impacto de una variable sobre la otra, tomando como base la lógica del paradigma positivista y la metodología cuantitativa. De esta forma, el diseño explicativo ayuda a interpretar con mayor claridad los datos obtenidos en la encuesta aplicada y comprobar si la evidencia obtenida respalda la hipótesis del estudio, manteniendo coherencia con la intención de comprender el comportamiento electoral de los jóvenes en un contexto donde las redes sociales tienen un papel cada vez más determinante.

4.3. Universo, muestra, sujetos de investigación

De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el estado de Guerrero cuenta con una población total de 3 millones 540 mil 685 habitantes (INEGI, 2020). Dentro de esta población, el grupo que corresponde a los jóvenes entre 18 y 20 años (que es la población donde se centra esta investigación) asciende a 565,933 personas, según los datos desagregados del mismo censo 2020. Contar con esta cifra permite delimitar con claridad el universo de estudio y establecer con precisión el tamaño de la muestra utilizada para el análisis entre el uso de redes sociales y la intención del voto.

Inicialmente, el cálculo de la muestra se había establecido con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, con una proporción esperada de $p = 0.5$, el tamaño de la muestra calculado para una población finita de 565,933 jóvenes de entre 18 y 29 años es de 384 cuestionarios.

Si bien inicialmente se proyectó un tamaño de muestra de 384 cuestionarios, por limitaciones de tiempo en el levantamiento de la información el número final de encuestas aplicadas fue de 174 (enseguida se muestra la fórmula). No obstante, este tamaño muestral resulta estadísticamente válido para efectos inferenciales, ya que supera ampliamente el umbral mínimo recomendado para la aplicación del Teorema del Límite Central. De acuerdo con Levin y Rubin (2004), cuando el tamaño de la muestra es igual o mayor a 30, la distribución muestral de la media tiende a aproximarse a una distribución normal, independientemente de la forma de la población. En este sentido, una muestra de 171 casos permite utilizar estadística inferencial y realizar contrastes de hipótesis con un nivel adecuado de confianza, garantizando la validez de los resultados obtenidos.

Cabe señalar que, aunque el tamaño final de la muestra implicó un ajuste en el margen de error originalmente proyectado, este se mantiene dentro de parámetros aceptables para estudios sociales de carácter no experimental.

La muestra se estableció con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 7.5 % y una proporción esperada de $p = 0.5$, el tamaño de la muestra calculado para una población finita de 565,933 jóvenes de entre 18 y 29 años fue de 174 cuestionarios.

Fórmula para estimar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor de la distribución normal para 95% de confianza (1.96)

p = proporción esperada (0.5)

q = 1 - p (0.5)

e = margen de error permitido (0.074 - 7.5%)

Fórmula desarrollada:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(565,933)}{(0.075)^2(565,933 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(565,933)}{(0.005625)(565,932) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{(0.9604)(565,933)}{(3183.36755) + 0.9604}$$

$$n = \frac{543,522.05}{3184.3279}$$

$$n = 170.69$$

Total de muestras aplicadas: 174 encuestas

Para la selección de la muestra se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que no se contaba con un marco muestral completo que permitiera identificar de manera precisa a todos los jóvenes de entre 18 y 29 años que conforman el universo de estudio. Al no

existir una lista o registro que garantizará que cada integrante del universo tuviera la misma probabilidad de ser seleccionado, no fue posible aplicar un muestreo probabilístico. En este sentido, el muestreo no probabilístico resultó ser la alternativa más viable para el trabajo de campo.

El muestreo por conveniencia consiste en seleccionar a los participantes a partir de su accesibilidad y disposición para responder el instrumento, lo cual permitió avanzar de manera práctica con la aplicación de las encuestas dentro del tiempo disponible previo a las elecciones. En este caso, se encuestó a jóvenes que se encontraban dentro del rango de edad establecido y que aceptaron participar voluntariamente, garantizando que todas las encuestas aplicadas cumplieran con el perfil requerido.

Aunque este tipo de muestreo no garantiza al 100% una representatividad estadística en el sentido estricto de los métodos probabilísticos, sí permite obtener una muestra suficiente para el análisis cuantitativo con profundidad explicativa planteado. Esto es especialmente útil cuando el interés del estudio recae en identificar tendencias, relaciones y patrones dentro del grupo objetivo, más que en realizar inferencias generalizables a toda la población. De esta forma, la selección de la muestra por conveniencia se alinea con la naturaleza de la investigación y con los objetivos establecidos para analizar la influencia de las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses.

4.4. Procedimiento: Diseño, validación y aplicación del instrumento

El diseño del instrumento se realizó a partir de una operacionalización de variables, lo que permitió traducir los conceptos teóricos a elementos mediables dentro del cuestionario. La variable de “Redes Sociales”, sustentada en la perspectiva de Castells, se organizó en dimensiones como uso, plataformas, tiempo y contenido, a partir de las cuales se definieron indicadores específicos que permitieron cuantificar como los jóvenes interactúan con esos espacios digitales. De manera similar, la variable “Elecciones”, basada en la definición de Sartori, se operacionalizó a través del nivel de conocimiento sobre el proceso electoral, lo que permitió identificar el grado de información que tenían los jóvenes sobre las elecciones presidenciales.

Además, se integraron combinaciones de variables que permitieron analizar la relación entre el uso de redes sociales y las elecciones, lo cual hizo posible vincular directamente la exposición a contenidos digitales, la frecuencia de uso y las plataformas utilizadas, con el nivel de información y la intención del voto. Esta estructura facilitó construir un instrumento coherente con los objetivos del estudio y permitió medir de manera clara la influencia de las redes sociales en el comportamiento electoral de los jóvenes.

Tabla 5

Operacionalización de variables.

VARIABLES	AUTORES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN DE ANÁLISIS	INDICADOR	INSTRUMENTO	ÍTEM	RESPUESTAS
Redes sociales	Castells, Manuel (2009)	Considera las redes sociales digitales como plataformas que constituyen la nueva forma de comunicación en la era de la información, donde los usuarios no solo consumen, sino también producen contenidos y ejercen poder comunicativo.	1. Uso 2. Plataformas 3. Tiempo 4. Contenido	1. Frecuencia de uso de redes sociales 2. Red social más utilizada 3. Tiempo promedio diario dedicado al uso de RS 4. Tipo de contenido más consumido en RS.	Encuesta	1. ¿Usas las redes sociales? 2. ¿Cuál es la red social que usas frecuentemente? 3. ¿Cuánto tiempo destinas a redes sociales durante el día? 4. ¿Qué tipo de contenido consumes con mayor frecuencia?	1. a) Si b) No 2. a) Facebook b) Instagram c) TikTok d) X (antes Twitter) e) No uso redes sociales 3. a) 30 minutos b) 1 hora c) De 2 a 4 horas d) Más de 5 horas e) No uso redes sociales 4. a) Entretenimiento b) Política c) Educativo d) Informativo e) Publicitario f) Otro
Elecciones	Giovanni Sartori (1992)	Define las elecciones como un mecanismo institucionalizado para la selección de los gobernantes, mediante el voto de los ciudadanos en competencia libre y periódica entre alternativas.	1. Conocimiento	1. Nivel de conocimiento ciudadano sobre las elecciones presidenciales	Encuesta	1. ¿Estás informado/a sobre las próximas elecciones a la presidencia de la República?	1. a) Si b) No
Relación entre las redes sociales y elecciones			1. Información 2. Candidatos y RS 3. Confianza en RS	1. Medio de comunicación principal utilizado para informarse sobre la contienda presidencial 2. Frecuencia de uso de redes sociales para informarse sobre candidatos presidenciales 3. Nivel de confianza en la información sobre las elecciones en RS	Encuesta	1. ¿Cuál es el medio de difusión que usas con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial? 2. ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre los candidatos a la presidencia de la República? 3. ¿Qué tanta confianza tienes en la información sobre la contienda presidencial que se difunde en TikTok?	1. a) Periódicos y revistas b) Radio c) Redes sociales d) Televisión tradicional e) Otros f) No me interesa estar informado 2. a) Nunca b) Casi nunca c) Ocasionalmente d) Casi siempre e) Siempre 3. a) Mucha b) Poca c) Nada

Voto	Instituto Nacional Electoral. (s. f.). El voto: herramienta de la vida democrática.	El voto es el instrumento democrático que tiene la ciudadanía para premiar o castigar a los gobiernos y a los partidos políticos. Es la manifestación del poder ciudadano para decidir sobre qué rumbo debe tomar la vida colectiva.	1. Intención del voto 2. Aspectos importantes para el voto	1. Porcentaje de intención de participación electoral en las elecciones 2. Porcentaje del criterio principal que influye en la decisión del voto 3. Porcentaje de preferencia por candidato	Encuesta	1. ¿Piensas votar en las próximas elecciones presidenciales? 2. ¿Consideras más importante votar por el partido político o la persona? 3. ¿Por cuál de los siguientes candidatos votarías?	1. a) Sí b) No 2. a) El partido político b) La persona 3. a) Xóchitl Gálvez b) Claudia Sheinbaum c) Jorge Álvarez Máynez d) No lo sé e) No votaré en las próximas elecciones
Relación entre las redes sociales y voto			1. Debate presidencial 2. Medio de difusión 3. Perspectiva 4. Influencia del debate presidencial 5. Campaña	1. Nivel de exposición a los debates presidenciales 2. Medio de comunicación principal por el cual se siguieron los debates presidenciales 3. Cambio de percepción hacia los candidatos posterior al debate 4. Influencia del debate presidencial sobre la intención del voto 5. Opinión ciudadana sobre la efectividad de las campañas a través de RS	Encuesta	1. ¿Viste o escuchaste alguno de los 3 debates presidenciales? 2. ¿Cuál fue el medio por el que viste o escuchaste el debate? 3. ¿Cambió tu perspectiva sobre el candidato y las candidatas después de ver el debate? 4. ¿De qué manera influyó el debate presidencial en tu intención del voto? 5. ¿Consideras que la nueva forma de hacer campaña con contenido en redes sociales es mejor que la tradicional?	1. a) Sí b) No 2. a) En vivos por alguna red sociales b) Plataformas digitales c) Radio d) Resumen de contenido en redes sociales e) Televisión 3. a) Sí b) No 4. a) Me hizo definirme por un candidato/a en específico b) Cambié de opinión respecto a mi voto c) Conservé mi opinión respecto a mi voto d) Pienso no votar en las próximas elecciones 5. a) Muy de acuerdo b) Algo de acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) Algo en desacuerdo e) Muy en desacuerdo

Nota. Elaboración propia.

Una vez aplicado el instrumento, las respuestas obtenidas se someten a un análisis estadístico, para la cual se utilizó el programa SPSS. En un primer lugar, es importante realizar el análisis de fiabilidad, el cual se mide a través del Alfa de Cronbach el cual es:

Una medida estadística utilizada para evaluar la confiabilidad interna de un conjunto de preguntas o ítems en un cuestionario, en otras palabras, nos ayuda a medir cuán consistentes y relacionadas entre sí son las preguntas en una escala de medición (2005).

El valor del Alfa de Cronbach varía entre 0 y 1, donde 0 indica que no hay ninguna consistencia interna entre los ítems, y el 1 indica que todos los ítems miden exactamente lo mismo, lo cual es ideal pero muy difícil de obtener. Por lo que, al hacer el análisis de fiabilidad, se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 6

Resumen de procesamiento de datos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	174	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	174	100,0

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 7

Estadística de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,431	7

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Aunque el coeficiente de Alfa de Cronbach obtenido en el análisis de confiabilidad fue de .431, valor que convencionalmente se considera bajo en escalas de medición continua, este resultado debe interpretarse bajo las características del instrumento aplicado. A diferencia de investigaciones que emplean escalas tipo Likert orientadas a medir un constructo unidimensional, el presente cuestionario estuvo conformado principalmente por reactivos dicotómicos (si/no) y de opción múltiple, cuya lógica de medición es categórica y no continua,

En este tipo de instrumentos, la consistencia interna tiende a disminuir debido a la menor variabilidad de respuesta y a la naturaleza heterogénea de los ítems.

Asimismo, las preguntas no fueron diseñadas para medir un solo constructo homogéneo, sino para captar distintas dimensiones vinculadas al uso de redes sociales y a la intención del voto en jóvenes guerrerenses. En consecuencia, no era metodológicamente esperable obtener correlaciones altas en todos los ítems, dado que cada uno respondía a indicadores específicos de las variables definidas en la operacionalización.

En este sentido, el valor del Alfa de Cronbach no representa una invalidez del instrumento, sino una consecuencia de su estructura y del enfoque adoptado. Es importante señalar que el cuestionario mantiene validez de contenido, ya que su construcción se fundamentó en la revisión teórica de autores especializados como Castells y Sartori, cuyos planteamientos orientaron la definición conceptual y operativa de las variables analizadas. De esta manera, los ítems responden directamente a dimensiones teóricamente sustentadas y no a formulaciones arbitrarias.

Finalmente, el instrumento fue revisado bajo criterios metodológicos acordes con el diseño del estudio, priorizando la pertinencia teórica y la claridad de los reactivos sobre la homogeneidad interna propia de escalas psicométricas tradicionales. Por ello, el Alfa de Cronbach se interpreta dentro del contexto del diseño adoptado y no como un indicador aislado que determine la calidad del instrumento.

4.5. Descripción del proceso de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos consistió en un cuestionario de 20 preguntas que se diseñó para esta investigación, con el propósito de obtener información sobre el uso de redes sociales en las elecciones presidenciales. El instrumento se puede encontrar en el [anexo 1](#).

La aplicación se realizó de manera virtual mediante un formulario de Google Forms, distribuido a través de redes sociales como Facebook y WhatsApp durante la última semana previa a la jornada electoral de 2024, periodo estratégico debido al incremento en la circulación de contenido político digital.

Para la selección de los participantes se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, derivado de las condiciones temporales del levantamiento y del uso de medios digitales para la difusión del instrumento, El enlace fue compartido en grupos dirigidos a jóvenes, así como mediante redes personales que permitieron ampliar el alcance del cuestionario dentro del rango de edad establecido. Con el propósito de garantizar que las respuestas correspondieran únicamente a jóvenes de entre 18 y 29 años residentes en el estado de Guerrero, se implementó un filtro de control, excluyéndose del análisis aquellas respuestas que no cumplieran con este criterio.

Al tratarse de una encuesta aplicada de manera digital y bajo un esquema de muestreo por conveniencia, no se garantizó una distribución proporcional por municipios del estado, lo que implica que los resultados no pueden generalizarse en términos probabilísticos a la totalidad de la población joven guerrerense. Sin embargo, esta condición no invalida la investigación, ya que el estudio conserva validez interna en la medición de las variables planteadas y coherencia con el diseño metodológico definido. En este sentido los hallazgos deben interpretarse como evidencia empírica correspondiente a la muestra analizada, permitiendo identificar tendencias y patrones relevantes sobre la influencia de las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes.

El formulario de Google que se aplicó puede consultarse en el siguiente enlace: <https://forms.gle/ZYfr1gLnVfWyzPtW7>

4.6. Análisis descriptivo

Para fines de la interpretación de los datos obtenidos, los resultados se muestran en gráficas, mismas que están organizadas en bloques temáticos que agrupan los reactivos del cuestionario según su finalidad y relación con las variables de estudio. De esta manera, la presentación de los hallazgos se divide en seis categorías:

1. Perfil sociodemográfico
2. Uso general de redes sociales
3. Consumo de información política
4. Exposición al debate presidencial
5. Percepción sobre campañas digitales e intención del voto y

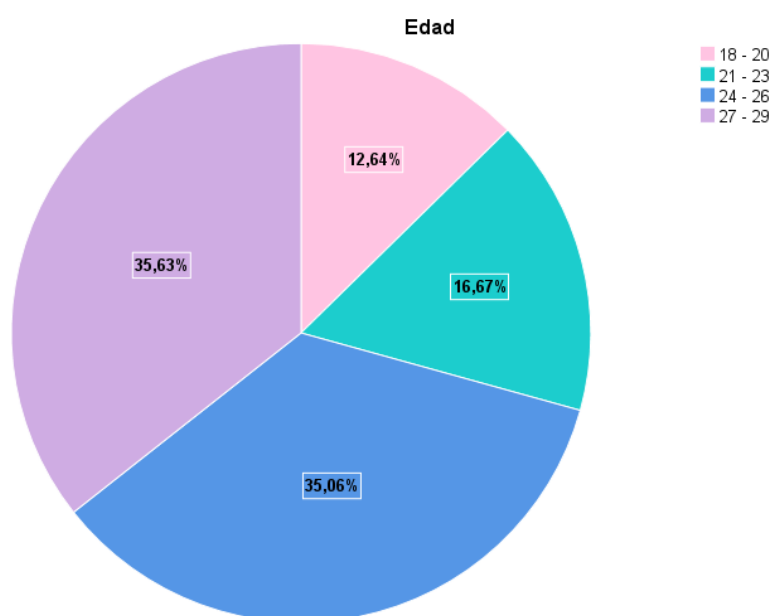
6. Preferencia electoral

Esta estructura permite analizar de forma más clara y ordenada la influencia de las redes sociales en el comportamiento político-electoral de los jóvenes encuestados.

Bloque 1. Perfil sociodemográfico

Gráfica 1

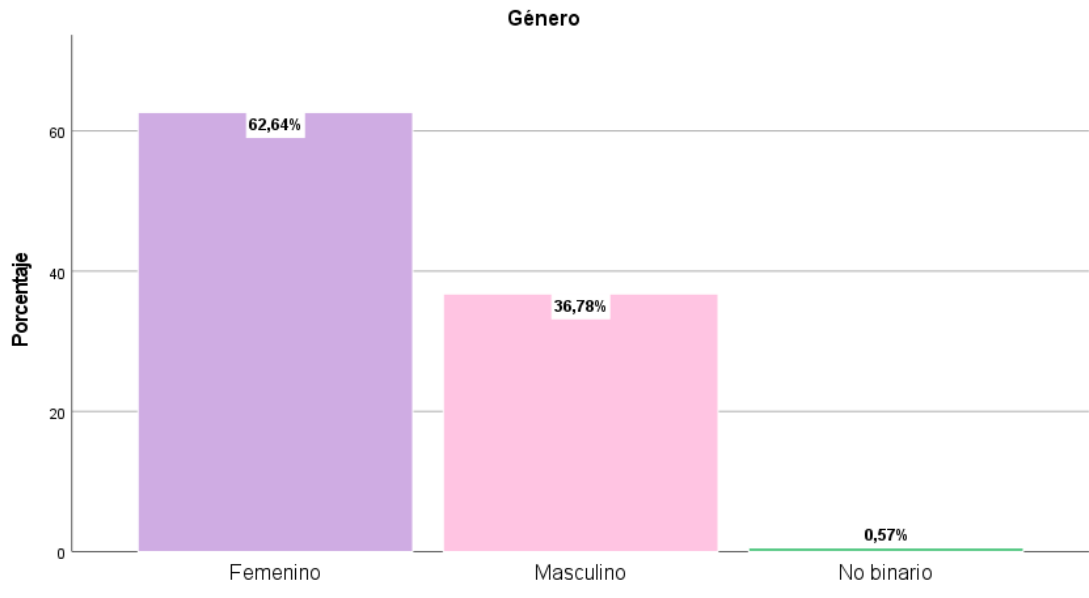
Edad de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 2

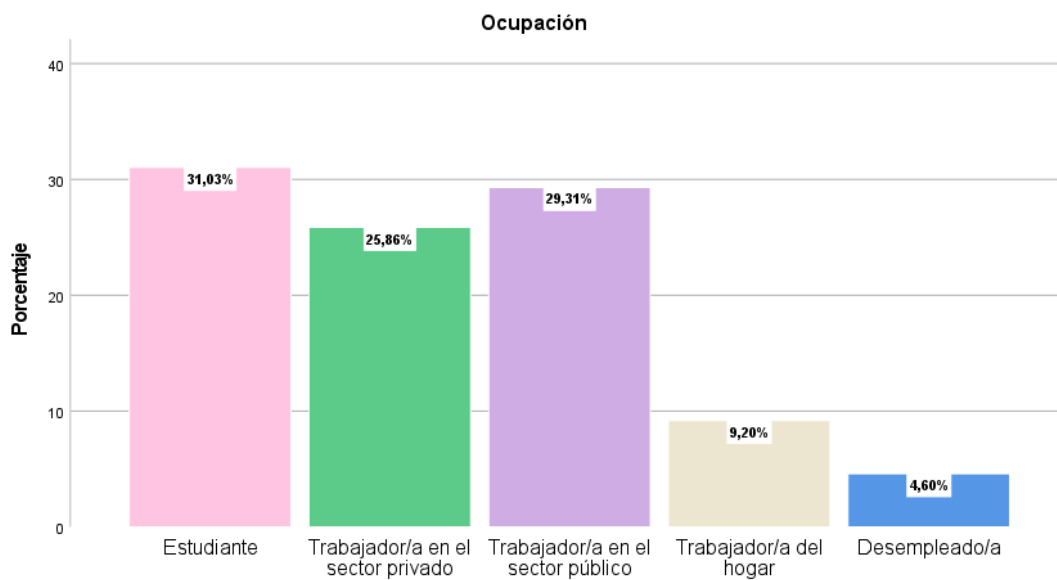
Género de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 3

Ocupación de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En cuanto a las características sociodemográficas de las personas encuestadas, se observa que la mayor parte de la muestra se concentra en los rangos de edad de 24 a 26 años (35.06%) y 27

a 29 años (35.63%), lo que muestra que la participación estuvo compuesta principalmente por jóvenes que se encuentran en la etapa final del rango definido para este estudio. Los grupos de 18 a 20 años (12.64%) y 21 a 23 años (16.67%) tuvieron una menor representación, aunque siguen aportando una visión general del comportamiento de los jóvenes en distintos momentos de su transición a la vida adulta. Esto permite tener una aproximación equilibrada sobre como distintos subgrupos de jóvenes utilizan las redes sociales e interactúan con los procesos electorales.

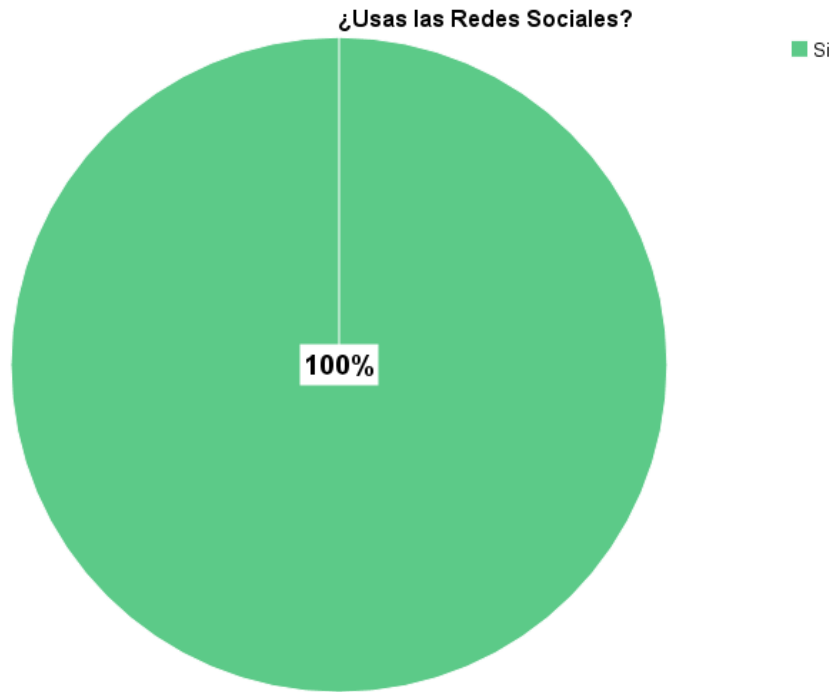
Respecto al género, se identifica una clara mayoría de mujeres (62.64%), seguidas por hombres (36.78%), mientras que un pequeño porcentaje (0.57%) se identifica como persona no binaria.

En cuanto a la ocupación, los resultados muestran que el 31.03% de las personas encuestadas son estudiantes, seguido por un 29.31% que trabaja en el sector público y un 25.86% que labora en el sector privado. En menor medida, se encuentran quienes realizan trabajo del hogar (9.20%) y quienes se encuentran desempleados (4.60%). Esta composición ocupacional ayuda a comprender desde que condiciones sociales y económicas los jóvenes se aproximan al uso de redes sociales y a los procesos electorales. Además, el predominio de estudiantes y trabajadores del sector público y privado sugiere una muestra con alta interacción digital, lo cual resulta pertinente para el análisis del papel que tienen las redes sociales en la construcción e intención del voto de los jóvenes.

Bloque 2. Uso general de redes sociales

Gráfica 4

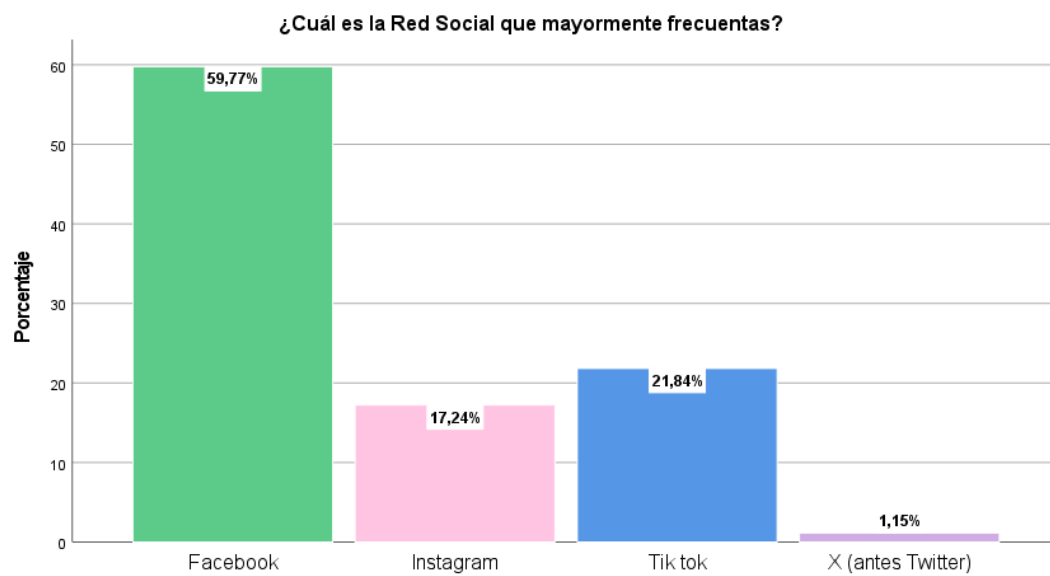
Uso de redes sociales de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 5

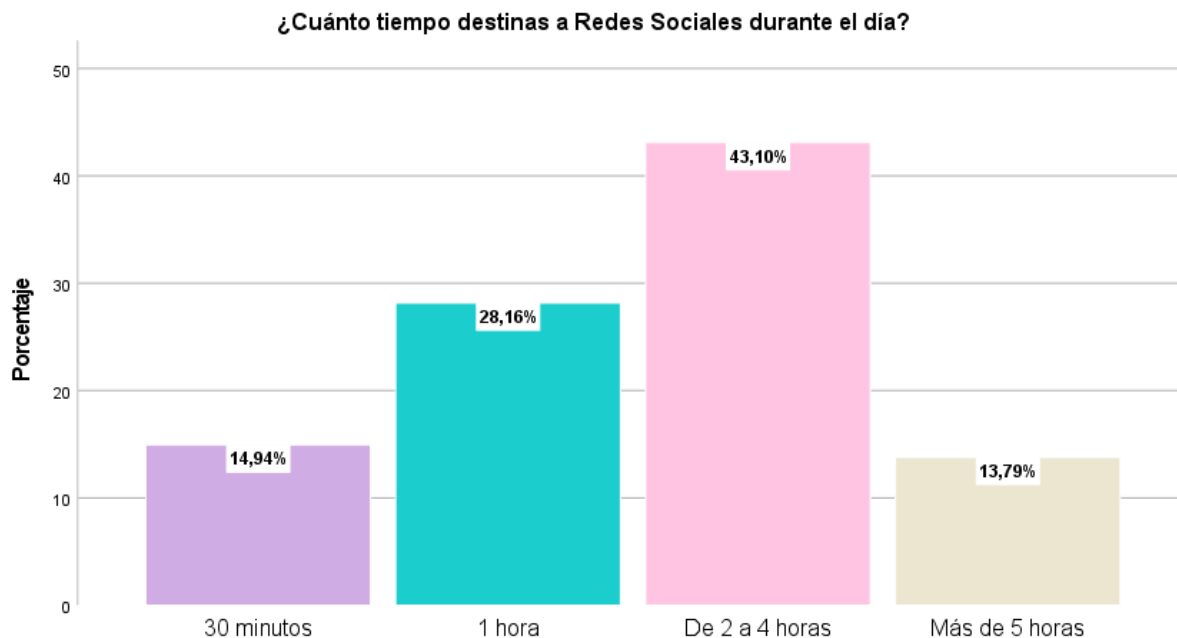
Red Social más frecuentada por los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 6

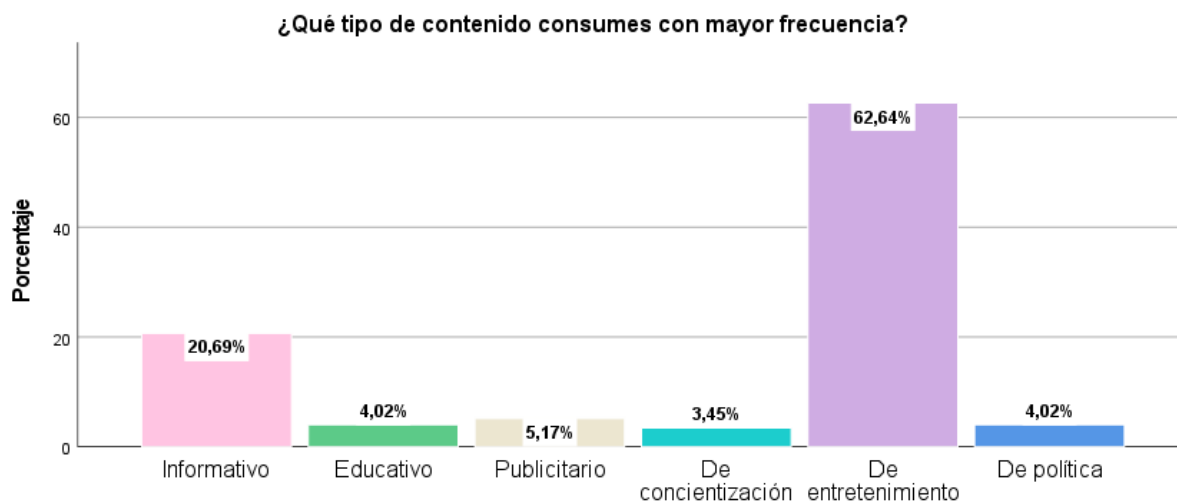
Tiempo destinado a redes sociales de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 7

Contenido más consumido por los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En este segundo bloque, se observa que el 100% de las y los jóvenes encuestados utilizan las redes sociales, lo cual confirma que estas plataformas forman parte indispensable de su vida cotidiana y representan un espacio central para la comunicación, el entretenimiento y el consumo de información. Este dato es fundamental para la investigación porque evidencia que todas las personas participantes están expuestas en mayor o menor medida al contenido que circula a través de redes sociales, lo que permite analizar con mayor precisión la posible influencia que tienen en su percepción política y su intención del voto.

Respecto a las plataformas más utilizadas, Facebook destaca como la red social de mayor frecuencia entre los jóvenes con un 59.77%, seguida de TikTok con 21.84%, mientras que Instagram representa un 17.24% y X (ante Twitter) apenas un 1.15%. Esta distribución demuestra que, aunque TikTok se ha posicionado como una plataforma muy influyente entre los jóvenes por su formato dinámico, Facebook sigue siendo la red dominante en estados como Guerrero, por su accesibilidad y mayor alcance. Este dato también es relevante porque indica las redes sociales donde se concentra mayormente el consumo de información política y donde se podrían estar generando procesos de socialización política más significativos.

En cuanto al tiempo de uso. Una parte importante de la muestra dedica entre 2 y 4 horas al día a las redes sociales seguido de quienes las utilizan 1 hora diaria. Los grupos extremos, tanto los que solamente las usan solo 30 minutos al día como quienes superan las 5 horas representan porcentajes menores. Estos resultados muestran que la mayoría de los jóvenes mantiene un consumo constante y prolongado, suficiente para estar expuestos de manera continua a contenido informativo, de entretenimiento y también político. Esto coincide con lo mencionado por Castells sobre la centralidad de la comunicación digital en la vida social contemporánea, donde la interacción en red se convierte en un espacio clave para la construcción de significados y la información de opinión.

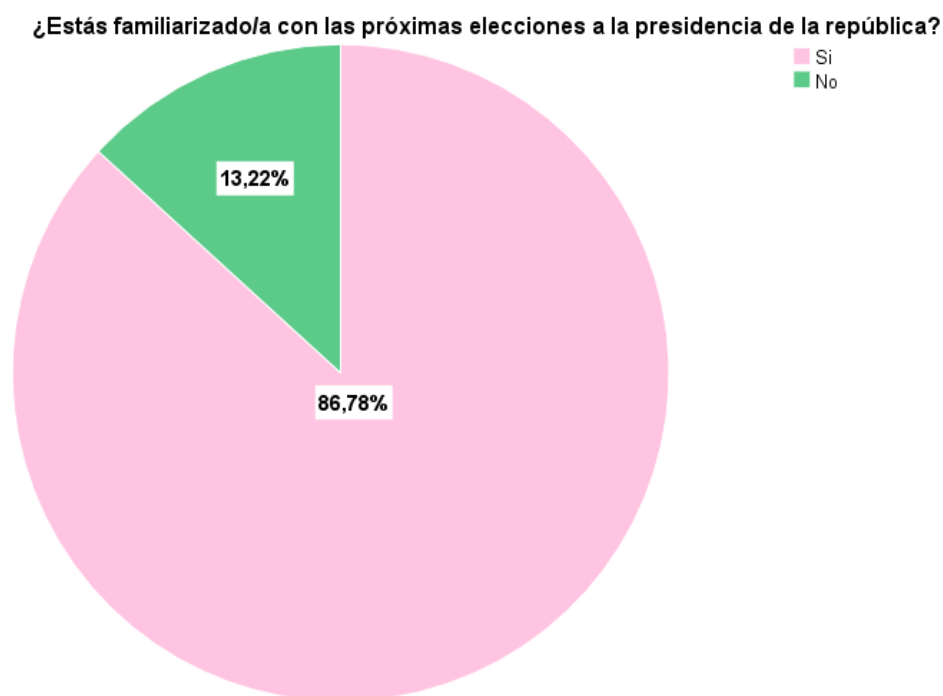
Finalmente, sobre el tipo de contenido consumido, se identifica un predominio muy marcado del contenido de entretenimiento (62.64%), seguido del contenido informativo (20.69%), mientras que categorías como contenido educativo, político, publicitario o de concientización representan porcentajes significativamente menores. Aunque los jóvenes no buscan principalmente contenido político, la presencia del contenido informativo dentro de sus preferencias permite entender el porqué, incluso sin buscarlo de manera intencional, pueden

estar expuestos a información relacionada con las elecciones o con las candidaturas. Esto resulta relevante para el análisis de la influencia política, ya que el algoritmo de las plataformas tiende a mezclar contenido recreativo con publicaciones informativas o de opinión, lo que puede contribuir a la formación de posturas sobre temas públicos de manera indirecta, sobre todo cuando es uno de los temas más hablados en el momento.

Bloque 3. Información política y medios utilizados

Gráfica 8

Conocimiento sobre las elecciones presidenciales de 2024

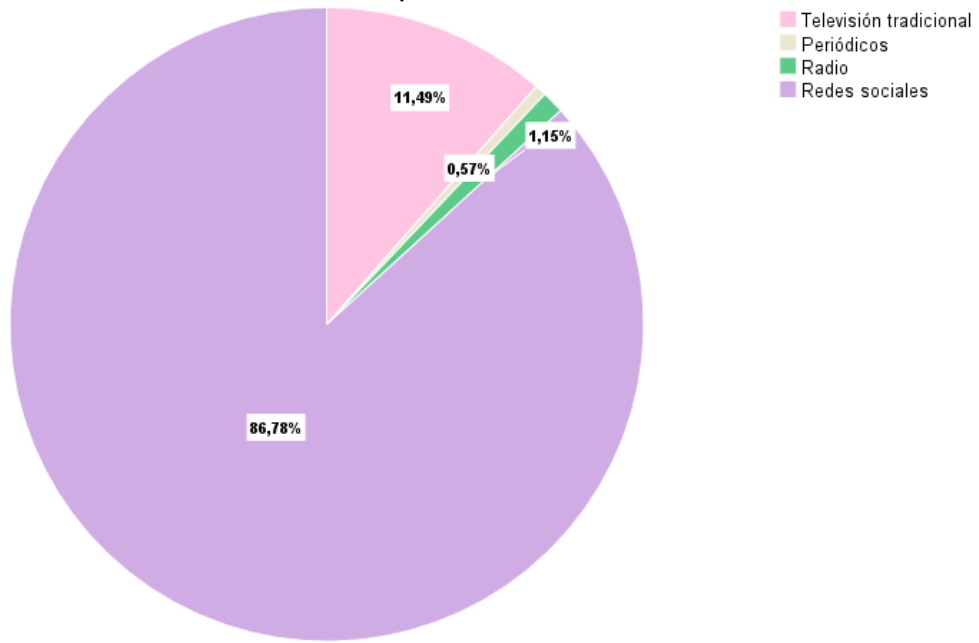


Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 9

Medio de difusión más utilizado por los jóvenes encuestados para informarse sobre las elecciones presidenciales de 2024

¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?

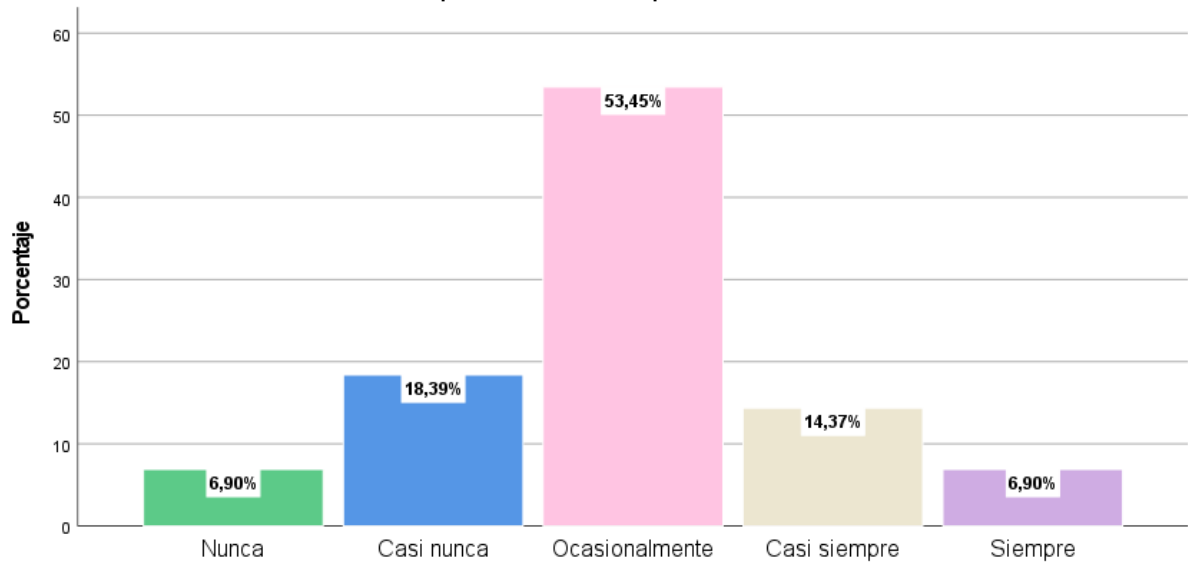


Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 10

Frecuencia del uso de redes sociales para buscar información sobre la elección de 2024 de los jóvenes encuestados

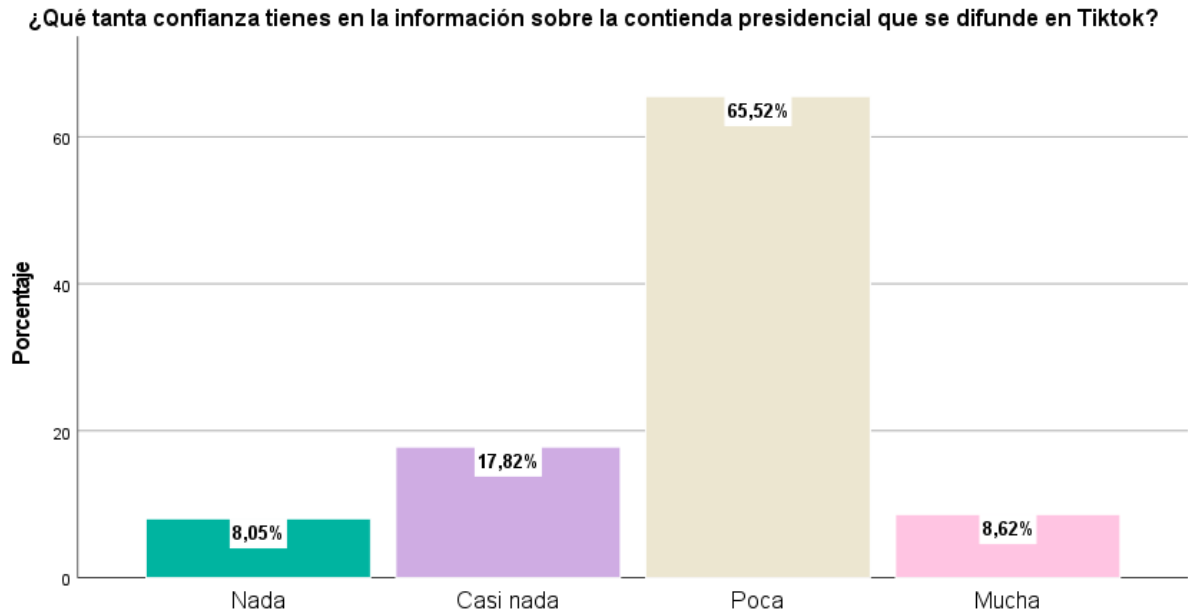
¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 11

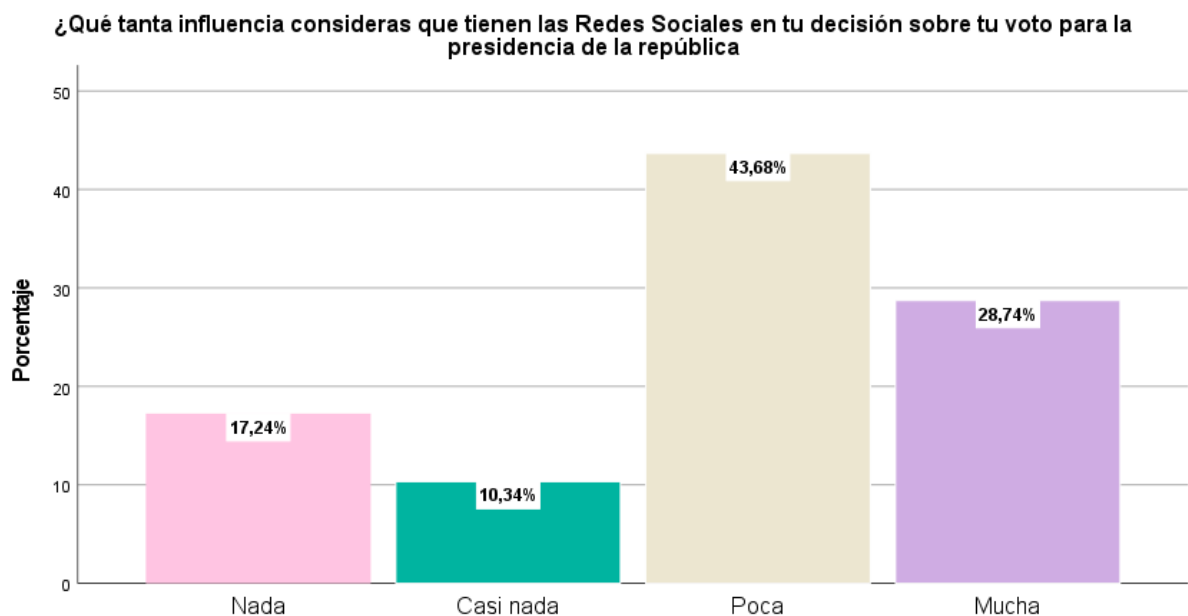
Confianza en la información difundida por Tiktok sobre la contienda presidencial de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 12

Influencia de las redes sociales en la decisión del voto de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

A partir de los resultados se observa que la mayoría de los jóvenes encuestados si están familiarizados con el proceso electoral presidencial (86.78%), mientras que solo un 13.22% indicó no tener información al respecto. Esto sugiere que, aunque no necesariamente busquen contenidos políticos de manera intencional, si poseen un nivel básico de conocimiento sobre la contienda, probablemente por la exposición constante a información electoral en sus entornos digitales.

En cuanto al medio por el que se informan con mayor frecuencia, destacan de manera contundente las redes sociales (86.78%), lo que confirma el desplazamiento de los medios tradicionales en la construcción de opinión política entre los jóvenes. La televisión representa únicamente un 11.49%, mientras que el uso de radio y periódicos es prácticamente nulo. Estos datos muestran que el ecosistema informativo de los jóvenes opera casi por completo dentro de redes sociales.

Sobre la frecuencia con la que buscan información electoral en redes sociales, el mayor porcentaje se concentra en quienes lo hacen ocasionalmente (53.45%) seguido de quienes lo hacen “casi nunca” (18.39%) y quienes responden “casi siempre” (14.37%). Únicamente el

6.90% afirmó hacerlo siempre y otro 6.90% dijo nunca. Esto indica que, aun sin tener interés directo sobre la política, los jóvenes si se encuentran expuestos a contenido electoral de forma intermitente lo que puede generar procesos de influencia indirecta, especialmente considerando los algoritmos que mezclan entretenimiento e información política.

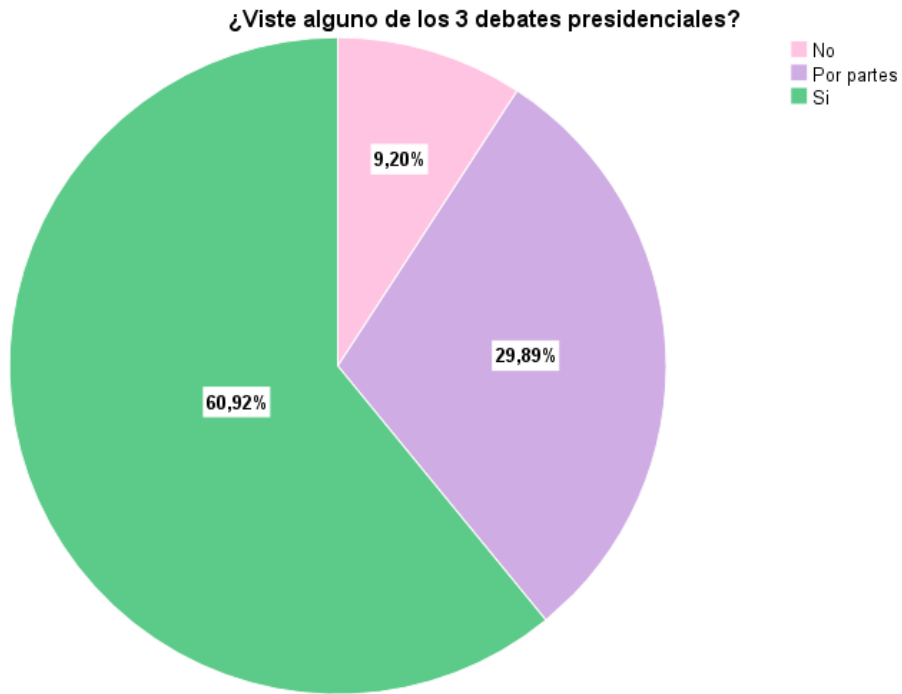
En cuanto a la confianza en la información política difundida en TikTok, la mayoría de los jóvenes expreso tener poca confianza (65.52%) seguida de “casi nada” (17.82%) y “mucho” (8.62%). Solo el 8.05% señaló no confiar en absoluto. Esto sugiere que, aunque la plataforma es altamente consumida y funciona como un espacio central para la difusión de contenido, los jóvenes si mantienen cierto nivel de escepticismo respecto a su calidad informativa. No obstante, el hecho de que exista desconfianza no necesariamente significa ausencia de influencia, pues la exposición constante a contenido político emocional o populista puede impactar en la percepción pública incluso sin plena credibilidad.

Finalmente, respecto a la percepción de influencia directa de las redes sociales en la decisión del voto, la mayoría considera que tienen poca influencia (43.68%), seguida de “mucho” (28.74%). Un 17.24% afirma que no influyen y un 10.34% considera que influyen casi nada. Estos datos reflejan un fenómeno común en estudios de comunicación política, las personas tienden a subestimar el impacto que los medios tienen sobre ellas. El hecho de que casi un tercio admita abiertamente que las redes si influyen en su intención del voto es un indicador significativo, y se vuelve aún más relevante si se compara con su exposición constante a contenido en redes sociales.

Bloque 4. Exposición al debate presidencial

Gráfica 13

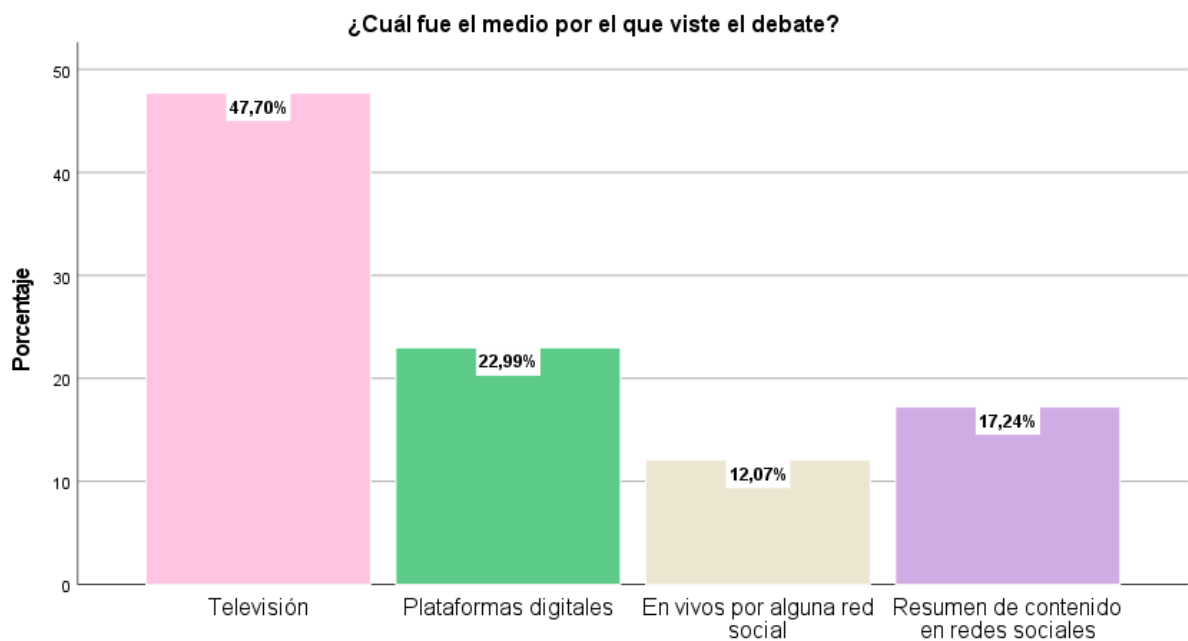
Visualización del debate presidencial de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 14

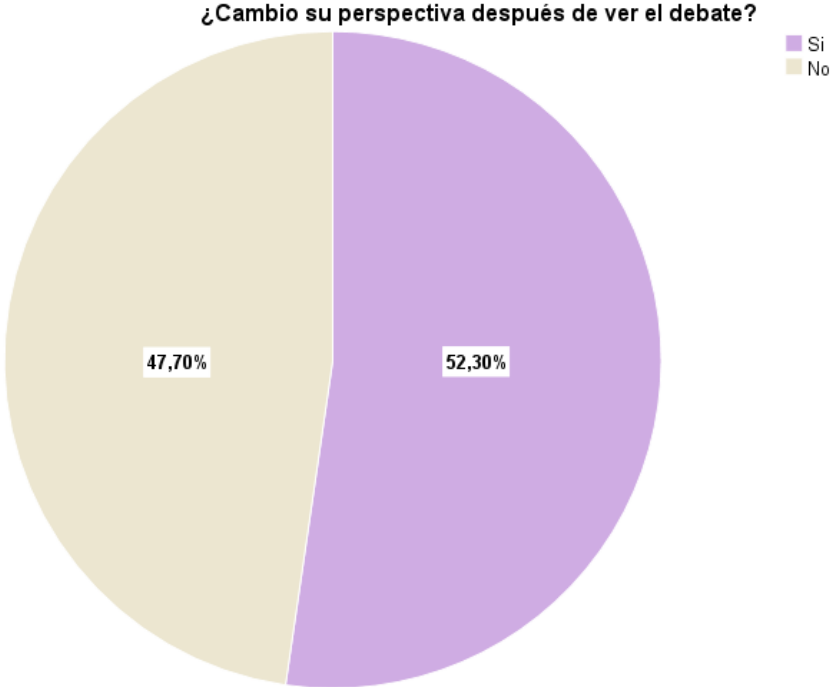
Medio de visualización del debate presidencial de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 15

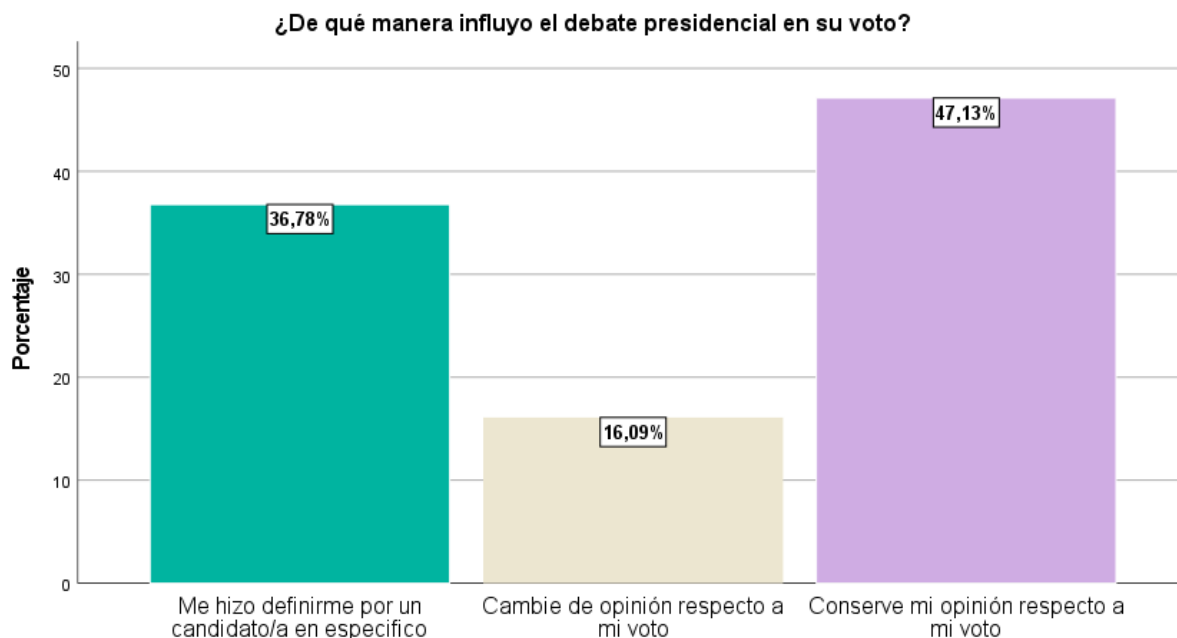
Perspectiva después del debate de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 16

Influencia del debate presidencial en el voto de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Las gráficas muestran que la mayoría de los jóvenes sí estuvo expuesta a los debates presidenciales, aunque en diferentes modalidades: un 60.92% los vio completos, mientras que un 29.89% solo consumió fragmentos y un 9.20% no tuvo contacto con ellos. Esto confirma que, aun en un contexto dominado por redes sociales, los debates siguen funcionando como un insumo relevante dentro del proceso de información política. Sin embargo, la manera en que son consumidos refleja una transición importante: casi la mitad de quienes los vieron lo hicieron a través de televisión tradicional (47.70%), pero una proporción significativa recurrió a plataformas digitales (22.99%) o consumió resúmenes en redes sociales (17.24%). Esto refuerza la idea de que el ecosistema híbrido de información está reemplazando poco a poco la centralidad de los medios tradicionales, sobre todo para públicos jóvenes.

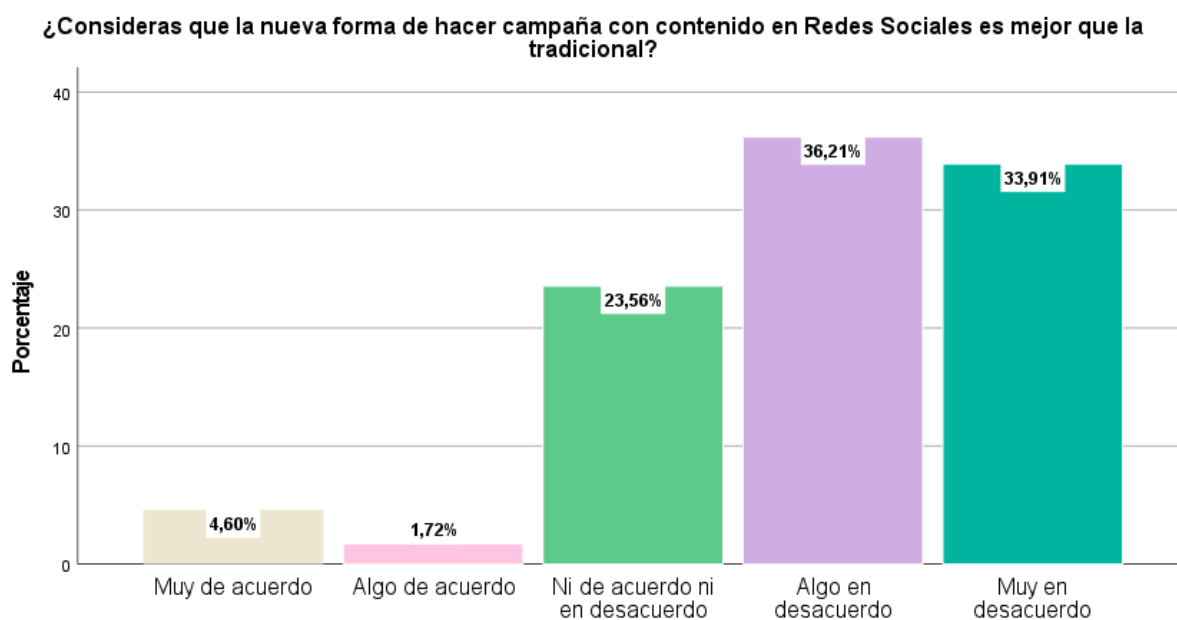
En cuanto al impacto perceptivo, los resultados muestran un escenario dividido: un 52.30% manifestó que el debate no modificó su perspectiva, mientras que un 47.70% indicó lo contrario. Aun así, cuando se pregunta por la influencia directa en el voto, se observan matices más específicos: un 36.78% afirmó que el debate lo ayudó a definirse por un candidato o candidata, un 16.09% cambió de opinión respecto a su intención inicial, y un 47.13% mantuvo su elección. Aunque la mayoría conserva su postura, casi la mitad del grupo reconoce algún tipo de influencia, ya sea para reforzar, cambiar o definir su preferencia. Esto es especialmente relevante

porque, aun cuando los jóvenes no siempre admiten abiertamente que un elemento de la campaña influye en su voto, los datos dejan ver que los debates (difundidos también en redes) sí funcionan como un espacio que activa reflexión política y ajustes en la decisión electoral.

Bloque 5. Percepción sobre campañas digitales y participación

Gráfica 17

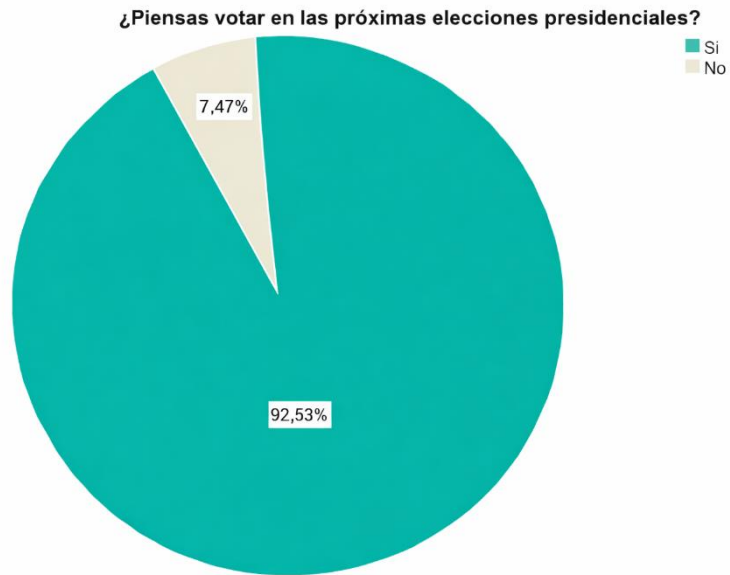
Preferencia sobre la forma de hacer campaña que presentan los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 18

Intención del voto de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Gráfica 19

Preferencias sobre el partido o los candidatos de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Las gráficas de este bloque permiten observar cómo los jóvenes perciben los distintos elementos que rodean el proceso electoral, particularmente en lo que tiene que ver con la forma en que se hacen campaña, su disposición real a participar y los criterios que consideran más importantes al momento de decidir su voto. En primer lugar, al analizar la percepción sobre la nueva forma de hacer campaña mediante contenido en redes sociales, se aprecia que una parte considerable de los encuestados manifiesta desacuerdo con esta modalidad: 36.21 % respondió “algo en desacuerdo” y 33.91 % “muy en desacuerdo”. Únicamente un 6.32 % expresó algún grado de acuerdo. Este resultado puede interpretarse como una señal de que, aunque los jóvenes consumen redes sociales y están expuestos al contenido político que circula ahí, no necesariamente consideran que sea un método más adecuado o efectivo que las campañas tradicionales. Es decir, reconocen su presencia, pero no le atribuyen mayor legitimidad.

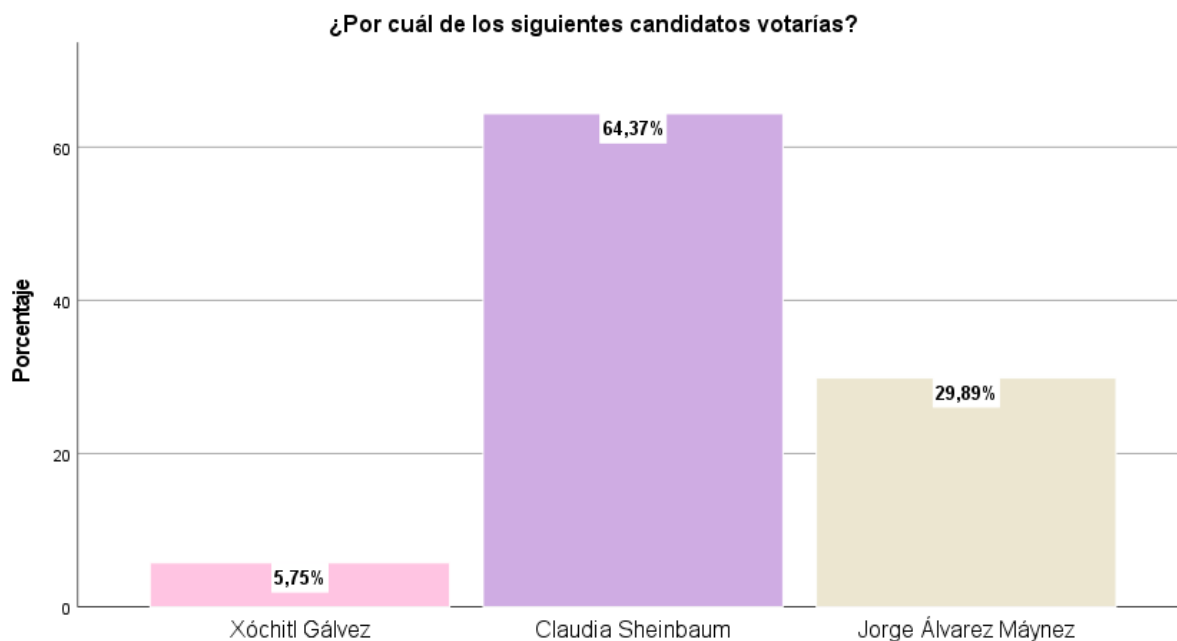
En lo que se refiere a la disposición a votar en las elecciones presidenciales, el 92.53 % señaló que sí piensa emitir su voto, mientras que solo un 7.47 % indicó que no lo hará. Esta cifra resulta sumamente interesante, ya que contrasta con los niveles de abstencionismo históricamente altos del país y del propio estado de Guerrero. De entrada, estos datos muestran una intención declarada muy alta, aunque deberá interpretarse con cautela porque la intención de votar no siempre coincide con la conducta efectiva el día de la elección.

Finalmente, al preguntar qué consideran más importante al evaluar su decisión de voto, una amplia mayoría (83.91 %) señaló que la persona candidata pesa más que el partido político, mientras que únicamente 16.09 % optó por priorizar al partido. Este resultado coincide con la tendencia que se ha observado en procesos electorales recientes, donde la figura del candidato adquiere mayor centralidad que las estructuras partidistas. Para los jóvenes encuestados, pareciera que la identidad, la narrativa y la imagen personal influyen más que la marca partidista, lo cual resulta relevante si se toma en cuenta el contexto de campañas reforzadas por contenido digital, donde precisamente la exposición se centra más en la figura del candidato que en los elementos ideológicos del partido.

Bloque 6. Preferencia electoral

Gráfica 20

Preferencia del voto de los jóvenes encuestados



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En este último bloque se observa directamente hacia dónde se inclina la intención de voto de los jóvenes encuestados. El resultado más evidente es la amplia preferencia por Claudia Sheinbaum, quien concentra el 64.37 % de las respuestas, seguida de Jorge Álvarez Máynez con el 29.89 %, mientras que Xóchitl Gálvez aparece con un 5.75%, una cifra considerablemente baja. Este comportamiento es interesante por varias razones. En primer lugar, aunque Máynez fue el candidato con mayor presencia en redes sociales dentro del electorado joven (principalmente por el tipo de campaña que adoptó, basada en contenido ligero, humor y cercanía), en la preferencia real de voto no logra superar a Sheinbaum, tampoco alcanza niveles similares a los que sugería el ambiente digital. Es decir, su impacto fue visible en términos de conversación pública y construcción de comunidad, pero no necesariamente se tradujo en intención efectiva de voto.

Por otro lado, destaca que Xóchitl Gálvez queda prácticamente fuera de la preferencia de estos jóvenes, a pesar de haber ocupado el segundo lugar en la elección presidencial de 2024. Esto permite interpretar que el voto joven, al menos en este grupo encuestado, no fue un segmento determinante para su candidatura. Aquí influye no solo la percepción hacia los partidos que

respaldaban a cada candidata, sino también la forma en que sus campañas y narrativas se conectaron (o no) con los códigos culturales y comunicativos que predominan en redes sociales. En esta dinámica, parece que Sheinbaum logró posicionarse como una opción más sólida y Máynez como una figura atractiva para la conversación digital, mientras que Gálvez quedó desplazada del interés juvenil.

En conjunto, estos datos muestran cómo la presencia e intensidad de las campañas en redes sociales no siempre son equivalentes a la intención real de voto. Aunque Máynez dominó en visibilidad entre jóvenes, su preferencia no superó a la candidata ganadora, y tampoco logró desplazar la estructura electoral más amplia que favoreció a Sheinbaum en la elección nacional.

4.7. Tablas cruzadas

En esta parte del análisis se busca profundizar en la relación entre las variables del estudio, ya no solo describiendo tendencias generales, sino identificando patrones más específicos entre los jóvenes encuestados. Las tablas cruzadas permiten observar cómo factores como la edad, la ocupación, el tiempo de uso de redes sociales o el tipo de contenido consumido pueden relacionarse con la influencia que estas plataformas tienen en la intención del voto. Esto resulta útil porque, aunque muchos jóvenes no reconocen abiertamente dicha influencia, su comportamiento sí puede mostrar indicios de ello.

A continuación, se presentan las tablas seleccionadas y el análisis correspondiente de cada una.

Tabla cruzada 1

Edad/Influencia de las redes sociales en la decisión del voto

		¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república					
		Nada	Casi nada	Poca	Mucha	Total	
Edad	18 - 20	Recuento	3	3	9	7	22
		% dentro de Edad	13,6%	13,6%	40,9%	31,8%	100,0%
	21 - 23	Recuento	5	4	15	5	29
		% dentro de Edad	17,2%	13,8%	51,7%	17,2%	100,0%
	24 - 26	Recuento	9	6	28	18	61
		% dentro de Edad	14,8%	9,8%	45,9%	29,5%	100,0%
	27 - 29	Recuento	13	5	24	20	62
		% dentro de Edad	21,0%	8,1%	38,7%	32,3%	100,0%
Total		Recuento	30	18	76	50	174
		% dentro de Edad	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En la tabla se observa que, aunque en todos los rangos de edad predomina la percepción de que las redes sociales influyen “poco”, existen diferencias interesantes entre los grupos. Los jóvenes de 18 a 20 años son quienes reportan con mayor frecuencia que las redes influyen “mucho” (31.8%), lo cual puede relacionarse con que este grupo está más expuesto a contenidos digitales de manera cotidiana. En contraste, el grupo de 21 a 23 años muestra una tendencia más moderada, ubicándose principalmente en la categoría de “poca” influencia (51.7%) y con un porcentaje menor en “mucho”. Por su parte, los jóvenes de 24 a 26 y 27 a 29 años mantienen un patrón similar: reconocen una influencia baja a moderada, pero aun así alrededor del 30% de cada grupo señala que las redes influyen “mucho” en su decisión de voto.

En general, aunque la mayoría no identifica una influencia fuerte, sí se aprecia que conforme avanza la edad tiende a disminuir ligeramente la percepción de una influencia alta. Esto puede apoyar la idea de que, aunque los jóvenes no siempre lo reconocen abiertamente, las redes sociales sí forman parte del proceso en el que van construyendo su decisión electoral.

Tabla cruzada 2

Ocupación/Influencia de las redes sociales en la decisión del voto

		¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república					
			Nada	Casi nada	Poca	Mucha	Total
Ocupación	Estudiante	Recuento	7	6	29	12	54
		% dentro de Ocupación	13,0%	11,1%	53,7%	22,2%	100,0%
	Trabajador/a en el sector privado	Recuento	3	6	17	19	45
		% dentro de Ocupación	6,7%	13,3%	37,8%	42,2%	100,0%
	Trabajador/a en el sector público	Recuento	13	5	21	12	51
		% dentro de Ocupación	25,5%	9,8%	41,2%	23,5%	100,0%
	Trabajador/a del hogar	Recuento	5	1	5	5	16
		% dentro de Ocupación	31,3%	6,3%	31,3%	31,3%	100,0%
	Desempleado/a	Recuento	2	0	4	2	8
		% dentro de Ocupación	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Total		Recuento	30	18	76	50	174
		% dentro de Ocupación	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La tabla muestra que la mayoría de los jóvenes, independientemente de su ocupación, perciben que las redes sociales influyen “poco” en su decisión de voto. Sin embargo, cuando se revisan los porcentajes por categoría, aparecen diferencias interesantes. Los estudiantes concentran el porcentaje más alto en “poca” influencia (53.7%), pero también presentan un 22.2% que reconoce una influencia “mucho”, lo que sugiere que este grupo puede ser más receptivo a los contenidos digitales relacionados con la contienda electoral. En cambio, los jóvenes que trabajan en el sector privado muestran una distribución más equilibrada, con un 42.1% que reconoce una influencia alta, lo cual es llamativo considerando que no son quienes más tiempo destinan a redes sociales, según los resultados previos.

Los trabajadores del sector público mantienen una tendencia moderada, con un 41.2% en “poca” influencia, mientras que los trabajadores del hogar y las personas desempleadas muestran porcentajes más dispersos debido al tamaño reducido de sus grupos. Aun así, se observa que incluso en estos casos existen respuestas que se inclinan hacia la percepción de una influencia considerable.

En general, la ocupación no elimina la influencia de las redes; más bien, parece moldearla de diferentes formas. Los estudiantes y trabajadores del sector privado destacan como los grupos que más reconocen una influencia alta, lo cual puede relacionarse con estilos de vida, patrones de consumo digital y el tipo de contenido al que están expuestos.

Tabla cruzada 3

Tiempo destinado a redes sociales/Influencia de las redes sociales sobre el voto

			¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república				
			Nada	Casi nada	Poca	Mucha	Total
¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	30 minutos	Recuento	7	0	13	6	26
		% dentro de ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	26,9%	0,0%	50,0%	23,1%	100,0%
	1 hora	Recuento	7	4	22	16	49
		% dentro de ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	14,3%	8,2%	44,9%	32,7%	100,0%
	De 2 a 4 horas	Recuento	11	12	31	21	75
		% dentro de ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	14,7%	16,0%	41,3%	28,0%	100,0%
	Más de 5 horas	Recuento	5	2	10	7	24
		% dentro de ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	20,8%	8,3%	41,7%	29,2%	100,0%
Total		Recuento	30	18	76	50	174
		% dentro de ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La tabla muestra que, conforme aumenta el tiempo que los jóvenes destinan a redes sociales, también crecen los porcentajes que reconocen una influencia “poca” o “muchas” en su decisión de voto. Por ejemplo, quienes usan redes entre 1 hora y 4 horas al día concentran los porcentajes más altos en niveles de influencia media y alta (44.9% y 32.7% para una hora; 41.3% y 28% para 2 a 4 horas). Incluso en el grupo que pasa más de 5 horas diarias, casi la mitad percibe una influencia entre “poca” y “muchas”, lo que evidencia que la exposición prolongada incrementa la posibilidad de que el contenido político circule y afecte su percepción, aunque no siempre sea reconocido abiertamente.

En contraste, quienes pasan solo 30 minutos al día muestran niveles más bajos de influencia, lo que sugiere que la exposición reducida limita el impacto de la información política que se distribuye en redes. En conjunto, la tendencia general es clara: a mayor tiempo de uso, mayor probabilidad de reconocer influencia, lo que respalda de manera indirecta la hipótesis planteada sobre el papel de las redes sociales en la decisión del voto joven.

Tabla cruzada 4

Red social más frecuentada/Influencia de las redes sociales sobre el voto

			¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república				
			Nada	Casi nada	Poca	Mucha	Total
¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	Facebook	Recuento	17	11	43	33	104
		% dentro de ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	16,3%	10,6%	41,3%	31,7%	100,0%
	Instagram	Recuento	5	3	15	7	30
		% dentro de ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	16,7%	10,0%	50,0%	23,3%	100,0%
	Tik tok	Recuento	8	4	18	8	38
		% dentro de ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	21,1%	10,5%	47,4%	21,1%	100,0%
	X (antes Twitter)	Recuento	0	0	0	2	2
		% dentro de ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	30	18	76	50	174	
	% dentro de ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%	

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La tabla muestra que, independientemente de la red social preferida, la mayoría de los jóvenes ubica la influencia de las redes sociales entre niveles “poca” y “mucho”. En Facebook, que es la plataforma predominante (104 casos), el 41.3% reconoce una influencia “poca” y 31.7% “mucho”, lo que la convierte en el espacio donde se concentra el mayor volumen de exposición política. En Instagram se observa una distribución similar, aunque con porcentajes más moderados, destacando que la mitad de sus usuarios percibe una influencia “poca”, indicador de que aun redes con contenido más visual inciden en la toma de decisiones.

En TikTok, la red que más se asocia actualmente con la circulación de contenido político juvenil, los datos muestran una tendencia relevante: 47.4% reconoce una influencia “poca” y 21.1% “mucho”, manteniendo el patrón observado en Facebook, pero con una proporción ligeramente mayor en influencia alta. Esto coincide con la lógica de que el formato breve y algorítmico de TikTok facilita la viralización de mensajes políticos, aunque los jóvenes no siempre lo admitan explícitamente. En conjunto, los datos muestran que todas las plataformas tienen algún grado de impacto, pero TikTok y Facebook destacan por reunir tanto mayor exposición como mayor influencia reconocida.

Tabla cruzada 5

Medio de difusión más frecuente/Influencia de las redes sociales sobre el voto

			¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república				
			Nada	Casi nada	Poca	Mucha	Total
¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	Televisión tradicional	Recuento	6	1	9	4	20
		% dentro de ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	30,0%	5,0%	45,0%	20,0%	100,0%
	Periódicos	Recuento	0	1	0	0	1
		% dentro de ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Radio	Recuento	0	0	1	1	2
		% dentro de ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Redes sociales	Recuento	24	16	66	45	151
		% dentro de ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	15,9%	10,6%	43,7%	29,8%	100,0%
Total	Recuento	30	18	76	50	174	
	% dentro de ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%	

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La tabla muestra que, aunque los jóvenes utilizan distintos medios para informarse sobre la contienda electoral presidencial, la mayor parte recurre a las redes sociales (151 casos), y dentro de este grupo predominan quienes consideran que las redes influyen “poco” (43.7%) o “mucho” (29.8%) en su decisión de voto. Esto resulta consistente con los patrones observados en los bloques anteriores, donde las redes sociales aparecieron como el espacio central de consumo informativo y político entre los jóvenes encuestados.

En contraste, quienes se informan mediante televisión presentan una distribución similar, destacando que 45% percibe una influencia “poca” y 20% “mucho”, lo cual indica que aun cuando su fuente de información principal no son las redes, estas siguen presentes en su proceso de toma de decisiones. Los casos de periódicos y radio son mínimos y no permiten establecer tendencias sólidas, pero aun así reflejan que incluso estos usuarios asignan algún nivel de influencia a las redes. En conjunto, los datos evidencian que independientemente del medio informativo principal, las redes sociales mantienen un efecto transversal en la decisión del voto,

reforzando la hipótesis de que su influencia opera de manera indirecta y generalizada entre los jóvenes.

Tabla cruzada 6

Frecuencia del uso de redes sociales/Influencia de las redes sociales sobre el voto

		¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república				Total	
		Nada	Casi nada	Poca	Mucha		
¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	Nunca	Recuento	7	0	3	2	12
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	58,3%	0,0%	25,0%	16,7%	100,0%
	Casi nunca	Recuento	6	2	17	7	32
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	18,8%	6,3%	53,1%	21,9%	100,0%
	Ocasionalmente	Recuento	17	10	42	24	93
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	18,3%	10,8%	45,2%	25,8%	100,0%
	Casi siempre	Recuento	0	5	10	10	25
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	0,0%	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
	Siempre	Recuento	0	1	4	7	12
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	0,0%	8,3%	33,3%	58,3%	100,0%
Total		Recuento	30	18	76	50	174
		% dentro de ¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?	17,2%	10,3%	43,7%	28,7%	100,0%

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La tabla evidencia una tendencia clara: entre más frecuentemente los jóvenes buscan información política en redes sociales, mayor es el nivel de influencia que atribuyen a estas plataformas en su decisión de voto. Quienes nunca buscan información presentan los porcentajes más altos en los niveles bajos de influencia (“nada” y “poca”), lo cual refleja lógicamente su menor exposición a contenido político. Algo similar ocurre entre quienes buscan información

casi nunca, aunque ya se observa una ligera transición hacia niveles medios de influencia, con más de la mitad ubicándose en la categoría “poca”.

El cambio más significativo aparece en los grupos que buscan información ocasionalmente, casi siempre o siempre. En estos casos, la proporción de jóvenes que consideran que las redes influyen “mucho” en su decisión de voto aumenta de manera notable: 25.8% entre quienes consultan ocasionalmente, 40% entre quienes lo hacen casi siempre, y un máximo de 58.3% entre quienes siempre buscan información política en redes. Esto confirma un patrón progresivo: la exposición deliberada a contenido político incrementa la influencia percibida, respaldando la hipótesis de que las redes sociales actúan como un mecanismo formador de opinión cuando la ciudadanía (en este caso, los jóvenes) interactúa activamente con información político-electoral.

En conjunto, los cruces de variables permiten identificar un patrón consistente: la influencia de las redes sociales en la decisión del voto no opera de manera directa ni declarada, sino de forma gradual, asociada a la exposición, uso y consumo político dentro de estas plataformas. Aunque muchos jóvenes afirmaron que las redes influyen “poco”, las tablas muestran que los niveles más altos de influencia se concentran precisamente en quienes usan redes con mayor frecuencia, destinan más horas al día, buscan información política de manera constante y se informan principalmente a través de redes sociales. De igual forma, ciertos grupos (como quienes consumen TikTok o quienes ven contenidos políticos ocasionalmente o siempre) presentan porcentajes mayores en las categorías de “mucho” influencia, lo que sugiere una relación indirecta pero sostenida entre exposición digital y construcción de preferencias electorales. Estos resultados fortalecen la hipótesis central de la investigación, en la cual se plantea que las redes sociales sí influyen en la decisión de voto de los jóvenes, aun cuando esta influencia no siempre se reconoce explícitamente, probablemente por cuestiones sociales, de percepción o de deseabilidad social. En síntesis, las tablas confirman que el voto joven se configura dentro de un entorno digital que moldea percepciones, jerarquiza temas y posiciona candidaturas, constituyéndose en un espacio clave para comprender el comportamiento político actual.

4.7. Prueba de hipótesis y evaluación de las categorías de análisis

Prueba T

Tabla 8*Estadísticas para una muestra*

Estadísticas para una muestra				
	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república?	174	1,84	1,030	,078

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 9*Prueba para una muestra*

Prueba para una muestra						
	Valor de prueba = 3			Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	t	gl	Sig. (bilateral)		Inferior	Superior
¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república?	-14,869	173	<.001	-1,161	-1,32	-1,01

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Hipótesis alternativa (H_1): Las redes sociales ejercen una influencia significativa en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024.

Hipótesis nula (H_0): Las redes sociales no ejercen una influencia significativa en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024.

El análisis de la prueba T para una muestra se aplicó con un valor de referencia igual a 3, correspondiente al punto medio de la escala utilizada para medir la percepción de influencia. Los resultados obtenidos muestran una media de 1.84, con un valor de $t = -14.869$ y una

significancia $p < .001$, lo que indica que existe una diferencia estadísticamente significativa con respecto al valor de prueba.

Este resultado permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1), concluyendo que las redes sociales sí ejercen una influencia significativa en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024. Aunque la media se encuentra por debajo del punto medio de la escala, lo que sugiere que la percepción de influencia es moderada, la diferencia estadística demuestra que la presencia de las redes sociales en el proceso electoral no es casual ni irrelevante.

En términos prácticos, esto significa que los jóvenes reconocen el papel que juegan las redes sociales en su decisión de voto, aunque dicha influencia se exprese de forma indirecta o parcial, a través del acceso a información política, la exposición a campañas digitales y la interacción con contenidos electorales en plataformas como Facebook, TikTok e Instagram. Por tanto, los resultados respaldan la hipótesis planteada y evidencian la importancia del entorno digital en los procesos de socialización política juvenil.

4.8. Discusión

En esta sección se analizan e interpretan los principales resultados obtenidos del instrumento aplicado a jóvenes guerrerenses, con el objetivo de establecer la influencia que ejercen las redes sociales en la intención del voto durante las elecciones presidenciales de 2022-2024. El procesamiento de datos se realizó mediante SPSS, empleando estadísticas descriptivas, tablas cruzadas y una prueba T para una muestra, con el propósito de contrastar la hipótesis planteada.

Los resultados descriptivos muestran que el uso de redes sociales entre los jóvenes es total (100%), confirmando que el entorno digital es el espacio principal donde se informan, interactúan y construyen opiniones políticas. Facebook continúa siendo la plataforma predominante (59.8%), mientras que TikTok, aunque no es la más utilizada, sí destaca como un espacio donde circula mayor contenido político informal o de entretenimiento, lo cual coincide con que este tipo de contenido es el más consumido (62.6%). Este hallazgo es relevante porque, aunque los jóvenes no buscan deliberadamente contenidos políticos, terminan expuestos a ellos mediante formatos ligeros y virales.

La mayoría dedica entre dos y cuatro horas al día a redes sociales, lo que representa un nivel de exposición considerable. A pesar de que el uso es mayoritariamente recreativo, el 86.8% afirmó informarse sobre la contienda presidencial a través de estas plataformas, desplazando casi por completo a los medios tradicionales. Este patrón se confirmó también en las tablas cruzadas: quienes consumen más redes sociales muestran porcentajes más altos de “poca” o “mucho” influencia en su decisión de voto, especialmente los grupos que pasan de dos a cuatro horas conectados.

Al analizar la influencia percibida, la prueba T arrojó una media de 1.84 ($t = -14.869$, $p < .001$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula y concluir que las redes sociales sí ejercen una influencia significativa en la intención del voto de los jóvenes. Aunque la media está por debajo del punto central de la escala, lo que sugiere una influencia moderada, las diferencias encontradas en las tablas cruzadas permiten matizar este resultado:

- Los jóvenes de 27–29 años son quienes reportan mayor influencia (“mucho”), mientras que los grupos de 18–23 años tienden a reconocer menor incidencia directa.
- Los estudiantes y trabajadores del sector privado concentran las mayores proporciones de influencia alta.
- Quienes buscan información política con mayor frecuencia (“casi siempre” y “siempre”) presentan el porcentaje más elevado de influencia percibida.
- Las personas que se informan principalmente por redes sociales son quienes reportan más influencia en comparación con quienes recurren a televisión u otros medios.

Estos patrones sugieren que la influencia no es homogénea: depende de la intensidad de uso, la exposición diaria, la intención de búsqueda de información política y el tipo de plataforma utilizada. Por ello, aunque muchos jóvenes no reconocen abiertamente que las redes sociales moldean su decisión electoral, los datos muestran que la influencia ocurre de manera indirecta y diferenciada entre grupos.

Desde el marco teórico, los resultados dialogan con la propuesta de Putnam (2000), al mostrar que la interacción digital amplía el capital social de los jóvenes, permitiéndoles participar en conversaciones políticas, aunque no siempre transformadas en acción electoral directa. En consonancia con Castells (2009), las redes funcionan como espacios de poder comunicativo

donde circula información que moldea percepciones y genera identificación emocional con candidaturas, particularmente en formatos breves como los de TikTok. Sin embargo, la desconfianza hacia la información política difundida en esta plataforma (65.5% manifestó “poca” confianza) evidencia un entorno saturado de contenido, donde los jóvenes diferencian entre entretenimiento y credibilidad.

A su vez, lo planteado por Sartori (1998) sobre la necesidad de electores informados se ve tensionado aquí: aunque los jóvenes consumen información política, esta proviene de contenidos simplificados, fragmentados o viralizados, lo cual puede limitar la calidad de la deliberación pública. Esto coincide con la literatura de Herrera y Leyva (2021), que destaca que la participación digital juvenil es frecuente, pero no siempre implica una participación política sustantiva.

Finalmente, los resultados de intención de voto muestran un fenómeno relevante: pese a que Máynez tuvo una campaña digital altamente efectiva entre jóvenes, la preferencia electoral se inclinó mayoritariamente por Claudia Sheinbaum (64.3%). Además, la casi nula preferencia por Xóchitl Gálvez entre esta población sugiere que su campaña no logró conectar con el electorado joven, aun cuando quedó en segundo lugar en la elección general. Esto confirma que la influencia de las redes sociales no determina necesariamente el voto, pues intervienen otros factores como identificación partidista, credibilidad y mensajes fuera del entorno digital. También debe considerarse que esta investigación se centró exclusivamente en jóvenes; al integrar a adultos y adultos mayores, el comportamiento electoral global cambia significativamente.

En conjunto, los hallazgos muestran que las redes sociales sí influyen en la intención de voto de los jóvenes guerrerenses, pero dicha influencia opera de forma moderada, indirecta y diferenciada. Más que orientar el voto de manera explícita, las plataformas digitales funcionan como mediadoras del flujo informativo y como espacios de socialización política, consolidándose como herramientas fundamentales para entender el comportamiento político juvenil contemporáneo.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como propósito analizar la influencia que tienen las redes sociales en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales de 2024, partiendo de la necesidad de comprender cómo las nuevas dinámicas comunicativas digitales inciden en los comportamientos político-electorales de una generación cada vez más conectada al entorno digital. A partir de los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico realizado en el programa SPSS, se logró responder a la pregunta de investigación al comprobar que las redes sociales sí ejercen una influencia significativa en la intención del voto de los jóvenes guerrerenses, aunque dicha influencia se presenta en un nivel moderado. Los datos reflejan que el uso de redes sociales en este grupo poblacional es total, siendo Facebook la plataforma más utilizada, y que la mayoría se informa políticamente a través de redes sociales, dejando rezagados a los medios tradicionales. No obstante, la confianza en la información digital es limitada, lo que sugiere que la influencia de las redes no proviene tanto de la credibilidad de los contenidos, sino de la constante exposición y circulación de mensajes políticos.

Además de los resultados generales, el análisis mediante tablas cruzadas permitió observar que la influencia no es homogénea entre todos los jóvenes, sino que varía según factores como la edad, la ocupación, el tiempo de uso de redes sociales y, especialmente, la frecuencia con que buscan información política. Se encontró que los jóvenes que pasan más horas al día conectados o que buscan información política “casi siempre” o “siempre” son quienes reportan porcentajes más altos de influencia en la decisión de su voto. Incluso plataformas como TikTok y Facebook mostraron niveles diferentes de impacto, reforzando que la exposición digital incrementa gradualmente la influencia, aunque los jóvenes no siempre lo reconozcan abiertamente. Estos patrones respaldan la hipótesis planteada al inicio de la investigación y permiten afirmar que la influencia opera de manera indirecta, simbólica y diferenciada según los hábitos digitales de cada grupo.

El primer objetivo específico, que consistió en analizar el contexto teórico de la participación de los jóvenes en el proceso electoral de 2024 y la influencia de las redes sociales en la intención del voto, se cumplió mediante la revisión de diversos autores como Putnam, Castells, Sartori, Gallardo y Herrera, cuyos enfoques permitieron comprender el papel de las redes como espacios

de socialización política y comunicación ciudadana. Las teorías abordadas sustentan la idea de que la participación política juvenil hoy se construye en escenarios digitales que median la información, la interacción y la confianza social. El segundo objetivo, enfocado en estudiar el impacto de las redes sociales en los jóvenes guerrerenses durante las elecciones presidenciales, se logró a través de la aplicación del instrumento a una muestra de 174 jóvenes del estado de Guerrero. Los resultados mostraron que, si bien las redes influyen en la exposición y el interés político, no determinan de manera directa la elección del voto. La prueba T para una muestra ($t = -14.869$, $p < .001$) permitió aceptar la hipótesis alternativa y confirmar que las redes sociales tienen una influencia estadísticamente significativa en la intención del voto, aunque con una percepción general de influencia baja.

A esto se suma un hallazgo relevante: aunque el contenido político más viralizado entre jóvenes estuvo asociado a la campaña de Jorge Álvarez Máynez, la intención del voto se inclinó mayoritariamente hacia Claudia Sheinbaum. Esto demuestra que la viralidad no necesariamente se traduce en preferencia electoral, y que el voto joven no depende únicamente de la exposición digital, sino también de factores como credibilidad, percepción de viabilidad y afinidad con la figura de la candidatura. También destacó la prácticamente nula preferencia por Xóchitl Gálvez en este grupo etario, lo cual contrasta con su segundo lugar en la elección general y evidencia que su campaña no conectó con el electorado joven.

El tercer objetivo, orientado a generar propuestas para la formulación de acciones de los partidos políticos que motiven la participación electoral juvenil, se alcanzó al concluir que las estrategias digitales deben centrarse en una comunicación política más transparente, interactiva y emocionalmente cercana, fortaleciendo la credibilidad de los mensajes y priorizando la autenticidad del candidato sobre el discurso partidista. Los partidos deben adoptar una lógica de comunicación bidireccional que combine información veraz, participación ciudadana y contenidos adaptados a los lenguajes y formatos propios de las plataformas digitales.

Entre los principales hallazgos destacan que el 100% de los jóvenes encuestados utiliza redes sociales, siendo Facebook la de mayor uso; que el 86.8% se informa sobre las elecciones por medio de redes sociales frente al 11.5% que lo hace por televisión; y que la confianza en la información política que circula en redes es baja, ya que 65.5% expresó poca confianza. Se comprobó que la influencia de las redes sociales en la decisión del voto es significativa pero

moderada, con una media de 1.84. Asimismo, la mayoría de los jóvenes otorgan mayor importancia a la persona candidata que al partido político, lo que demuestra que el voto juvenil se orienta más hacia las figuras públicas que hacia las estructuras partidistas. En conjunto, los resultados confirman que las redes sociales son un medio clave para la socialización política juvenil, pero no sustituyen completamente los procesos de reflexión y decisión individual.

La investigación aporta evidencia empírica sobre la relación entre redes sociales y comportamiento electoral juvenil, lo cual resulta relevante para comprender los nuevos procesos de comunicación política contemporánea. Los resultados contribuyen a entender cómo los jóvenes guerrerenses construyen su visión política en entornos digitales y cómo las redes pueden emplearse como herramientas efectivas para fomentar la participación democrática. La principal aportación social del estudio radica en ofrecer un punto de partida para el diseño de estrategias de comunicación político-electoral más efectivas, que reconozcan las particularidades de las audiencias jóvenes, la centralidad de las redes sociales y la importancia de generar mensajes creíbles, participativos y emocionalmente conectados con la ciudadanía.

Entre las limitaciones del estudio se encuentra el tamaño de la muestra, que fue de 174 personas, el cual se estableció de esta forma debido a las premuras del tiempo, ya que la aplicación del instrumento se realizó un par de semanas antes de la elección presidencial, lo que no permitió ampliar la cobertura geográfica ni demográfica. Aunado a ello, el coeficiente alfa de Cronbach (.431) indicó una consistencia interna baja, por lo que futuras investigaciones podrían fortalecer el instrumento incorporando más ítems y validaciones piloto que aseguren una medición más precisa de las variables analizadas.

Finalmente, esta investigación abre la posibilidad de continuar explorando el impacto de los medios digitales en los procesos electorales, especialmente en torno a la evolución tecnológica y a la integración creciente de la inteligencia artificial en la comunicación política. Futuras líneas de trabajo podrían centrarse en analizar cómo la IA transforma los patrones de interacción, personalización de mensajes y segmentación del electorado, así como las implicaciones éticas y democráticas que ello conlleva. También sería importante ampliar el análisis a otros grupos etarios o regiones del país, para contrastar las percepciones y hábitos digitales en contextos distintos. En síntesis, los resultados permiten concluir que las redes sociales constituyen un factor relevante en la formación de la intención del voto de los jóvenes guerrerenses, al actuar

como plataformas de información, debate e influencia simbólica. Aunque su impacto no es determinante, sí configura un nuevo escenario de participación política donde la ciudadanía juvenil encuentra espacios para expresarse, informarse y construir sus preferencias electorales. Comprender este vínculo entre redes sociales y participación política no solo permite explicar los comportamientos electorales actuales, sino también fortalecer los mecanismos de comunicación democrática en la era digital.

Bibliografía

- Aguilar, L. F. (2007). El aporte de la política pública y de la nueva gestión pública a la gobernanza. *CLAD Reforma y Democracia*. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo, Caracas, Venezuela.
- Aristóteles. (2008). *La política*. Época.
- Baeza, M. F. (1986). *Más allá de la transición*. Chile: Andante.
- Bartolini, S. (1996). *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza.
- Bobbio, N. (1996). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castells, M. (1996). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Chaves-Montero, A. (2017). *Comunicación Política y Redes Sociales*. Sevilla: Egregius.
- Corao, C. (2006). Capital social: premisas, problemas y perspectivas teóricas. *Scielo*.
- Cotarelo, R. (1985). *Los partidos políticos*. Madrid: Sistema.
- Delarbre, R. T. (2016). Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. *Ser visibles, para ser ciudadanos. Política y redes sociodigitales en América Latina*.
- ENDUTIH. (2022). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Espinosa, M. (2009). *La participación ciudadana como una relación socio-estatal acotada por la concepción de democracia y ciudadanía*. México: Andamios.
- Forero, G. V. (2002). Hacia una Teoría del Capital Social. *Revista de Economía Institucional*, 71-90.
- Gallardo, E., & Leyva, O. (2017). Comportamiento electoral: teorías del voto y ciudadanía. En J. Russo, *Democracias y ciudadanías en América Latina* (págs. 377-400). México: Eón.
- García, S. G. (2021). *La confianza y la participación de la juventud en la democracia*. México: INE.
- H. Congreso de la Unión. (2023). *Ley General de Partidos Políticos, Art. 3*. México: Diario Oficial de la Federación.
- H. Congreso de la Unión. (2025). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, art. 41*. México: Diario Oficial de la Federación.
- Heidi Celina Oviedo, A. C.-A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios*.
- Hernández, R. D. (2014). De la Red a las calles: #YoSoy132 y la búsqueda de un imaginario político alternativo. *Scielo*.

- Herrera Miranda, I., & Leyva Muñoz, O. (2021). Jóvenes y Participación Política Digital en el Estado de Guerrero. En C. P. Bazán, *Comunicación y política, una visión de las Ciencias Sociales desde Nuestra América* (págs. 75-92). Ciudad de México: Eón Sociales.
- Hidalgo, A. (2012). Redes sociales, política y activismo. *Revisa Quehacer*, 94-100.
- Holzbauer, J. (25 de 4 de 2025). *El impacto de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*. University of Utah Health: <https://healthcare.utah.edu/healthfeed/2023/01/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-salud-mental-de-los-adolescentes>
- IFT & INEGI. (2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2023*. ENDUTIH: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/endutih_2023_presentacion.pdf
- IMJUVE, C. U. (2021). *Situación de las personas adolescentes y jóvenes de Guerrero*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2020). *Cuestionario Ampliado del Censo de Población y Vivienda*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2021). *Censo de Población y Vivienda 2021*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2023). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Lara, M., & Ojeda, V. (2002). Abstencionismo: enfermedad de la democracia, Análisis y perspectiva. En I. C. (Memoria), *Cultura democrática: abstencionismo y participación* (págs. 171-190). México: Biblioteca jurídica UNAM.
- Latinobarómetro Corporation. (2023). *Informe 2023: la recesión democrática en América Latina*. Santiago de Chile: Latinobarómetro Corporation.
- Leyva Muñoz, P. (2026). Guerrero: entre la encrucijada de las desigualdades y el desarrollo social. *Revista Eúcumene de ciencias sociales*, 2(12), 202-214.
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). *Estadística para administración y economía*. Pearson Educación de México.
- Marañón, C. O. (2012). Aposta. *Revista de ciencias sociales. Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en internet*. Universidad Rey Juan Carlos, España.
- Morlino, L. (2020). *Calidad democrática entre*. México: INE.
- Nava, R. (2020). Comportamiento electoral de los millennials en Tlaxcala, 2009-2018. En M. M. Sam Bautista, & R. Nava Olivares, *Cultura democrática y comportamiento electoral en Tlaxcala* (págs. 19-48). México: Universidad Autónoma de Tlaxcala.

- Nohlen, D. (2004). *Sistemas electorales y partidos políticos*. México: FCE.
- Paz, N. (2003). *La Participación Ciudadana como Herramienta para el Desarrollo de la Democracia*. Instituto de Derecho Comparado.
- Pierre, G. B. (2005). ¿Porqué ahora el interés por la Gobernanza? En A. C. Coordinador, *La gobernanza hoy, 10 textos de referencia* (págs. 37-56). Madrid: INAP.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Quinde, I. P., & Rodriguez, M. (2024). Comunicación política y redes sociales, la influencia en la opinión de la comunidad de Tiktok. *Scielo*.
- RAE. (21 de Mayo de 2001). *Real Academia de la Lengua Española*.
<https://www.rae.es/drae2001/sufragio>
- Recalde, F. (2013). *La participación ciudadana en la vigilancia de la gestión pública por resultados*. Ecuador: Paper Universitario.
- Robert A. Dahl, L. A. (1999). *Las democracias contemporáneas: un estudio comparativo*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Sartori, G. (1987). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza universidad.
- Sartori, G. (2012). *¿Qué es la democracia?* México: Editorial Patria.
- Secretaría de Economía. (26 de 04 de 2025). *Perfil socioeconómico de Guerrero*. Data México:
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/guerrero-gr>
- Stiglitz, J. E. (2000). *La economía del sector público*. Antoni Bosch Editor.
- Tamayo, S. (2006). *Espacios de ciudadanía, espacios de conflicto*. Ciudad de México: Sociología, UAM.
- Tomassini, L. (1996). *Gobernabilidad y políticas públicas en América Latina*. Washington: BID.
- Ugalde, L. C. (2017). Introducción: El reformismo electoral mexicano, 1977-2014. En L. C. Ugalde, & S. Hernández, *Fortalezas y debilidades del sistema electoral mexicano, perspectiva federal y local* (págs. 35-53). Ciudad de México: Integralia.
- WINOCUR, R. (2012). La intimidad de los jóvenes en. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, 3.
- Zamudio-Sosa, A., Leyva-Muñoz, O., & Solís, M. C. G. (2024). Determinantes sociales del voto en México, un análisis longitudinal y machine learning. *I+ D Revista de Investigaciones*, 19(1), 71-85.
- Ziccardi, A. (1998). *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*. México: Miguel Angel Porrúa.
- Zúñiga, R. P. (2015). Las redes sociales y el activismo. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 3-10.

ANEXOS

Anexo 1.

Instrumento de recolección de datos

1. Edad
 - a) 18 – 20
 - b) 21 – 23
 - c) 24 – 26
 - d) 27 – 29
 - e) Más de 30
2. Género
 - a) Femenino
 - b) Masculino
 - c) No binario
 - d) Otro
3. Ocupación
 - a) Estudiante
 - b) Trabajador/a en el sector privado
 - c) Trabajador/a en el sector público
 - d) Trabajador/a del hogar
 - e) Sin empleo
4. ¿Usas las redes sociales?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Cuál es la red social que usas frecuentemente?
 - a) Facebook
 - b) Instagram

- c) TikTok
 - d) X (antes Twitter)
 - e) No uso redes sociales
6. ¿Cuánto tiempo destinas a redes sociales durante el día?
- a) 30 minutos
 - b) 1 hora
 - c) De 2 a 4 horas
 - d) Más de 5 horas
 - e) No uso redes sociales
7. ¿Qué tipo de contenido consumes con mayor frecuencia?
- a) Entretenimiento
 - b) Política
 - c) Educativo
 - d) Informativo
 - e) Publicitario
 - f) Otro
 - g) Ninguno
8. ¿Estás informado/a sobre las próximas elecciones a la presidencia de la República?
- a) Si
 - b) No
9. ¿Cuál es el medio de difusión que usas con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?
- a) Periódicos y revistas
 - b) Radio
 - c) Redes sociales
 - d) Televisión tradicional
 - e) Otros
 - f) No me interesa estar informado
10. ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre los candidatos a la presidencia de la República?
- a) Nunca

- b) Casi nunca
 - c) Ocasionalmente
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre
11. ¿Qué tanta confianza tienes en la información sobre la contienda presidencial que se difunde en TikTok?
- a) Mucha
 - b) Poca
 - c) Nada
12. ¿Qué tanta influencia consideras que tienen las redes sociales en la decisión sobre tu voto para la presidencia de la República?
- a) Mucha
 - b) Poca
 - c) Nada
13. ¿Viste o escuchaste alguno de los 3 debates presidenciales?
- a) Si
 - b) No
14. ¿Cuál fue el medio por el que viste o escuchaste el debate?
- a) En vivos por alguna red sociales
 - b) Plataformas digitales
 - c) Radio
 - d) Resumen de contenido en redes sociales
 - e) Televisión
15. ¿Cambió tu perspectiva sobre el candidato y las candidatas después de ver el debate?
- a) Si
 - b) No
16. ¿De qué manera influyó el debate presidencial en tu intención del voto?
- a) Me hizo definirme por un candidato/a en específico
 - b) Cambié de opinión respecto a mi voto
 - c) Conservé mi opinión respecto a mi voto
 - d) Pienso no votar en las próximas elecciones

17. ¿Consideras que la nueva forma de hacer campaña con contenido en redes sociales es mejor que la tradicional?
- a) Muy de acuerdo
 - b) Algo de acuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) Algo en desacuerdo
 - e) Muy en desacuerdo
18. ¿Piensas votar en las próximas elecciones presidenciales?
- a) Si
 - b) No
19. ¿Consideras más importante votar por el partido político o la persona?
- a) El partido político
 - b) La persona
20. ¿Por cuál de los siguientes candidatos votarías?
- a) Xóchitl Gálvez
 - b) Claudia Sheinbaum
 - c) Jorge Álvarez Máynez
 - d) No lo sé
 - e) No votaré en las próximas elecciones

Anexo 2.

Tablas de frecuencia (estadística descriptiva)

Tabla 1. Edad

Edad		
	N	%
18 - 20	22	12,6%
21 - 23	29	16,7%
24 - 26	61	35,1%
27 - 29	62	35,6%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 2. Género

Género		
	N	%
Femenino	109	62,6%
Masculino	64	36,8%
No binario	1	0,6%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 3. Ocupación

Ocupación		
	N	%
Estudiante	54	31,0%
Trabajador/a en el sector privado	45	25,9%
Trabajador/a en el sector público	51	29,3%
Trabajador/a del hogar	16	9,2%
Desempleado/a	8	4,6%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 4. Uso de redes sociales

¿Usas las Redes Sociales?		
	N	%
Si	174	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 5. ¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?

¿Cuál es la Red Social que mayormente frecuentas?		
	N	%
Facebook	104	59,8%
Instagram	30	17,2%
Tik tok	38	21,8%
X (antes Twitter)	2	1,1%

Tabla 6. ¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?

¿Cuánto tiempo destinas a Redes Sociales durante el día?		
	N	%
30 minutos	26	14,9%
1 hora	49	28,2%
De 2 a 4 horas	75	43,1%
Más de 5 horas	24	13,8%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 8. ¿Estas familiarizado/a con las próximas elecciones a la presidencia de la república?

¿Estás familiarizado/a con las próximas elecciones a la presidencia de la república?		
	N	%
Si	151	86,8%
No	23	13,2%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 10. ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 7. ¿Qué tipo de contenido consumes con mayor frecuencia?

¿Qué tipo de contenido consumes con mayor frecuencia?		
	N	%
Informativo	36	20,7%
Educativo	7	4,0%
Publicitario	9	5,2%
De concientización	6	3,4%
De entretenimiento	109	62,6%
De política	7	4,0%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 9. ¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?

¿Cuál es el medio de difusión que usa con mayor frecuencia para estar informado/a sobre la contienda presidencial?		
	N	%
Televisión tradicional	20	11,5%
Periódicos	1	0,6%
Radio	2	1,1%
Redes sociales	151	86,8%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 11. ¿Qué tanta confianza tienes en la información sobre la contienda presidencial que se difunde en TikTok?

¿Con que frecuencia usas las redes sociales para buscar información sobre las candidatas y el candidato a la presidencia de la república?		
	N	%
Nunca	12	6,9%
Casi nunca	32	18,4%
Ocasionalmente	93	53,4%
Casi siempre	25	14,4%
Siempre	12	6,9%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 12. ¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la República?

¿Qué tanta influencia consideras que tienen las Redes Sociales en tu decisión sobre tu voto para la presidencia de la república?		
	N	%
Nada	30	17,2%
Casi nada	18	10,3%
Poca	76	43,7%
Mucha	50	28,7%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 14. ¿Cuál fue el medio por el que viste el debate?

¿Qué tanta confianza tienes en la información sobre la contienda presidencial que se difunde en Tiktok?		
	N	%
Nada	14	8,0%
Casi nada	31	17,8%
Poca	114	65,5%
Mucha	15	8,6%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 13. ¿Viste alguno de los 3 debates presidenciales?

¿Viste alguno de los 3 debates presidenciales?		
	N	%
No	16	9,2%
Por partes	52	29,9%
Si	106	60,9%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 15. ¿Cambio su perspectiva después de ver el debate?

¿Cambio su perspectiva después de ver el debate?		
	N	%
Si	91	52,3%
No	83	47,7%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 16. ¿Consideras que la nueva forma de hacer campaña con contenido en Redes Sociales es mejor que la tradicional?

¿Cuál fue el medio por el que viste el debate?		
	N	%
Televisión	83	47,7%
Plataformas digitales	40	23,0%
En vivos por alguna red social	21	12,1%
Resumen de contenido en redes sociales	30	17,2%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 17. ¿De qué manera influyó el debate presidencial en su voto?

¿De qué manera influyó el debate presidencial en su voto?		
	N	%
Me hizo definirme por un candidato/a en específico	64	36,8%
Cambie de opinión respecto a mi voto	28	16,1%
Conserve mi opinión respecto a mi voto	82	47,1%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 19. ¿Piensas votar en las próximas elecciones presidenciales?

¿Piensas votar en las próximas elecciones presidenciales?		
	N	%
Si	161	92,5%
2	13	7,5%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

¿Consideras que la nueva forma de hacer campaña con contenido en Redes Sociales es mejor que la tradicional?		
	N	%
Muy de acuerdo	8	4,6%
Algo de acuerdo	3	1,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	23,6%
Algo en desacuerdo	63	36,2%
Muy en desacuerdo	59	33,9%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 18. ¿Consideras más importante el partido del candidato/a o a la persona que es el candidato/a?

¿Considera más importante el partido del candidato/a o a la persona que es el candidato/a?		
	N	%
El partido político	28	16,1%
La persona	146	83,9%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Tabla 20. ¿Por cuál de los siguientes candidatos votarías?

¿Por cuál de los siguientes candidatos votarías?		
	N	%
Xóchitl Gálvez	10	5,7%
Claudia Sheinbaum	112	64,4%
Jorge Álvarez	52	29,9%
Máynez		

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta aplicada.