



Promueven jóvenes voto en las redes

De chicos de 26 a 35 años que interactúan en el mundo digital, un tercio llama a asistir a las urnas

Debate digital

Adultos jóvenes, los que más promueven el voto en redes

De 7.6 millones de conversaciones en línea se detectó que uno de cada tres cibernautas de entre 26 a 35 años llama a acudir a las urnas, mientras que 15% del segmento de 18 a 25 años se define abiertamente abstencionista

ESTEBAN DAVID RODRÍGUEZ
CIUDAD DE MÉXICO

Un tercio de los jóvenes de 26 a 35 años que interactúan en las redes digitales ha decidido promover la asistencia a las urnas el próximo 2 de junio, mientras que solo 7 por ciento de ese segmento de edad puede identificarse como abstencionista convencido y advierte que no acudirá a las urnas.

En contraste, una parte del grupo de edad inmediato inferior, conformado por quienes tienen entre 18 a 25 años, se define como abierta-

mente abstencionista, según se desprende de sus conversaciones en las plataformas sociales electrónicas: 15.20 por ciento se muestra decidido a no pararse en las mesas receptoras de voto bajo ningún argumento ni pretexto.

El reporte semanal de MilenIA, Central de Datos e Inteligencia Artificial revela que entre aquellos cibernautas del segmento completo de jóvenes, es decir, quienes se ubican entre los 18 y los 35 años, y que además conocen a los candidatos presidencia-

les y/o sus propuestas, 49.10 por ciento manifiesta simpatía por alguna de ellas, 22.46 no emite juicios de valor y 8.27 asume lo que puede llamarse un abstencionismo informado.

Muestra

La agencia de antropología digital Dinamic detectó que los jóvenes de 18 a 35 años que interactúan en redes sociales sostuvieron 7.6 millones de conversaciones en el último mes. Especializada en inteligencia artificial, esta empresa analizó una muestra de 11 mil 634 conversaciones entre usuarios de este sector poblacional sobre el proceso

electoral de 2024.

Facebook es la plataforma en que las campañas electorales acaparan mayor atención entre

jóvenes, pues en dicha red se registró 48 por ciento de las conversaciones con temática político electoral, es decir, prácticamente cinco de cada 10. Después está TikTok, con 27 por ciento, o sea, tres de cada 10; le siguen X con 15 por ciento e Instagram con 10 por ciento.

La consultora destaca que el Instituto Nacional Electoral (INE) ha dado a conocer que desarrolla diversas estrategias a través de las redes sociales para fomentar el voto entre los jóvenes, pues ese es el medio donde ese sector de la población se comunica principalmente y lo hace especialmente en TikTok, red sociodigital que 20 por ciento de la población de 18 a 24 años utiliza como fuente primordial de información.

Provoto

El algoritmo de Dinamicencontró que 28.30 por ciento de los adultos jóvenes —de 26 a 35 años— se revelaron en sus interacciones virtuales como promotores de la asistencia a las urnas, mientras que en el sector inferior, de 18 a 25, apenas se halló 11.72 por ciento impulsores del sufragio.

En tanto, en el segmento de edad superior de jóvenes hay un espectro de 6.93 por ciento que se define como abstencionista decidido, mientras que en el inferior llegan a ser 15.20 por ciento.

Tomando en cuenta ambos pisos o segmentos, es decir, a todos los jóvenes de 18 a 35 años, los activistas de acudir a las urnas forman un grupo de 20.1 por ciento, o sea, una quinta parte de los cibernautas jóvenes abordaron el tema electoral en sus conversaciones digitales de los últimos

30 días.

Asimismo, 11.06 por ciento del espectro completo promueve la participación electoral en las elecciones de junio.

Los más decididos

El algoritmo de inteligencia artificial reveló una mayor definición de los adultos jóvenes respecto de las candidatas y el otro postulante, pues de aquellos entre los 26 y 35 años, 53.82 por ciento expresó en sus conversaciones simpatías específicas por alguna de las candidaturas presidenciales.

En cambio en el piso inferior, es decir, en aquellos entre los 18 y 25 años, solo 39.15 por ciento reveló una simpatía específica por alguna de las opciones a elegir para la Presidencia de la República.

Dentro de la muestra analizada, hay un subgrupo de internautas jóvenes que además de haber abordado en sus conversaciones el proceso electoral, identifican a los candidatos y/o sus propuestas.

Dentro de este subgrupo, 49.10 por ciento manifiesta simpatía por alguna de las candidaturas; 22.46 por ciento no emitieron juicios de valor en sus conversaciones y 8.27 por ciento expresó su voluntad abstencionista.

Critican el proceso

De acuerdo con el análisis de Dinamic, alrededor de 21.3 por ciento de los usuarios jóvenes de redes digitales que en el último mes abordaron los comicios en sus interacciones utilizaron expresiones que descalificaban de un modo u otro el proceso comicial.

Un 10.20 por ciento dirigió sus descalificaciones al referirse a los antiobradoristas como “oposición basura”; 5 por ciento de los comentarios consideró como su mejor alternativa la anulación del voto —“mejor voto nulo”—; 2.1 por ciento manifestó su desencanto con la ex-

hortación “vota por el menos peor” y 4 por ciento describió su posición frente a las alternativas a votar con la expresión “pobre México”.

El algoritmo también identificó expresiones como “ya ganó Claudia” (9.3 por ciento), “hay que salir a votar” (4.8 por ciento) y “nos quejamos, pero no votamos” (3.7 por ciento).

Facebook y TikTok, las plataformas preferidas de millennials y centennials en el mes reciente



“Hay que salir a votar”

Un tercio de los adultos jóvenes está promoviendo en redes sociales acudir a las urnas



• FUENTE: MilenIA / Análisis de antropología digital: Dinamic

Abstencionistas convencidos

Uno de cada 10 jóvenes está decidido a no acercarse a las urnas el próximo 2 de junio

● No acudirá a votar (%)

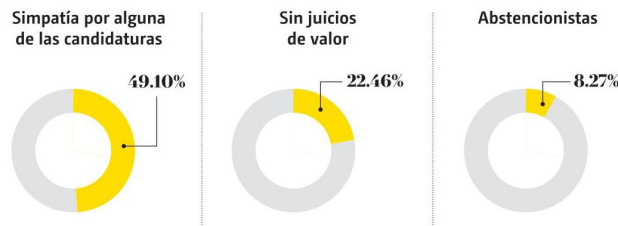


• FUENTE: MilenIA / Análisis de antropología digital: Dinamic

Sí conocen a las candidatas

La mitad de los veinteañeros y treintañeros expresa simpatía por alguna de las candidaturas presidenciales

● Postura (%)

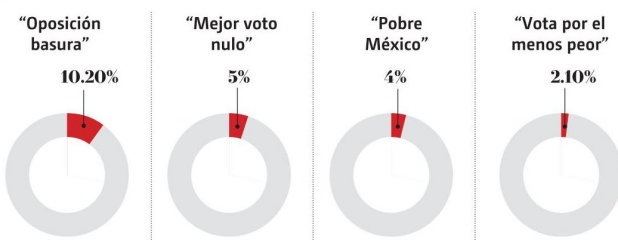


• FUENTE: MilenIA / Análisis de antropología digital: Dinamic

“Oposición basura”

Aunque las descalificaciones no son generalizadas, muchos jóvenes expresan opiniones negativas sobre los políticos

● Concepto utilizado (%)

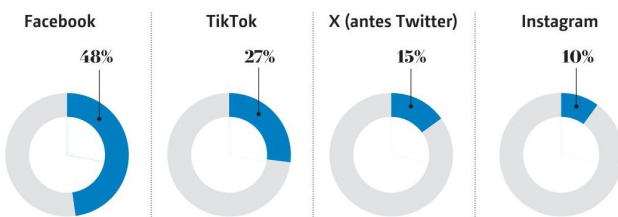


• FUENTE: MilenIA / Análisis de antropología digital: Dinamic

Campañas enredadas

La mayoría de los cibernautas de 18 a 35 años utiliza Facebook y TikTok para comentar asuntos políticos

● Plataforma (%)



• FUENTE: MilenIA / Análisis de antropología digital: Dinamic • INFORMACIÓN: Esteban David Rodríguez

