

Análisis de redes de co-ocurrencia sobre la intención de voto en Monterrey, México (Co-occurrence network analysis of voting intentions in Monterrey, Mexico)

Roberto Zarazúa-Olvera^{*1} y Karla Annett Cynthia Sáenz López²

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración, México, rzarazuao@gmail.com

² Universidad Autónoma de Nuevo León – Facultad de Contaduría Pública y Administración, México, karla.saenzlp@uanl.edu.mx

* Autor de Contacto

Resumen

Cómo citar: Zarazua-Olvera, R., & Saenz-López, K. A. C. (2025). Análisis de redes de co-ocurrencia sobre la intención de voto en Monterrey, México. *Vinculatégica EFAN*, 11(5), 172–183.
<https://doi.org/10.29105/vtga11.5-1211>

Información revisada por arbitraje tipo doble par ciego.

Recibido: 30 de abril del 2025

Aceptado: 25 de mayo del 2025

Publicado: 30 de septiembre del 2025

El presente estudio tiene como objetivo analizar las percepciones ciudadanas en torno a la intención de voto hacia los candidatos Mariana Rodríguez Cantú y Adrián de la Garza Santos durante las elecciones de alcalde en Monterrey, México, en 2024. Se empleó un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y diseño transversal. La información se recopiló mediante encuestas cara a cara aplicadas a una muestra probabilística aleatoria polietápica de 600 votantes del municipio de Monterrey. El cuestionario incluyó preguntas abiertas que permitieron a los participantes expresar en sus propias palabras las razones por las que sí o no votarían por los candidatos mencionados. Las respuestas fueron analizadas mediante estadística descriptiva y técnicas de análisis de redes de co-ocurrencia semántica. Los resultados muestran que Mariana Rodríguez es percibida como una figura joven e innovadora, pero también como inexperta e inmadura. En contraste, Adrián de la Garza es valorado por su experiencia y liderazgo, aunque asociado a prácticas tradicionales y desconfianza. Se concluye que la intención de voto está fuertemente influida por la imagen pública, la trayectoria política y el discurso ciudadano, lo cual resalta la utilidad del análisis semántico para comprender el comportamiento electoral en contextos urbanos contemporáneos.

Palabras clave: intención de voto, redes de co-ocurrencia, percepción ciudadana.

Códigos JEL: D72, H83, R23.

Abstract

This study aims to analyze citizen perceptions regarding voting intentions toward candidates Mariana Rodríguez Cantú and Adrián de la Garza Santos during the 2024 mayoral elections in Monterrey, Mexico. A qualitative, exploratory approach with a cross-sectional design was adopted. Data were collected through face-to-face surveys applied to a probabilistic multistage random sample of 600 voters from the municipality of Monterrey. The questionnaire included open-ended questions that allowed participants to express, in their own words, the reasons why they would or would not vote for the aforementioned candidates. Responses were analyzed using descriptive statistics and semantic co-occurrence network analysis techniques. The results show that Mariana Rodríguez is perceived as a young and innovative figure, yet also as inexperienced and immature. In contrast, Adrián de la Garza is valued for his experience and leadership, though associated with traditional practices and public distrust. The study concludes that voting intention is strongly influenced by public image, political trajectory, and the language used by citizens, highlighting the relevance of discourse analysis in understanding electoral behavior in contemporary urban contexts.

Key words: voting intention, co-occurrence networks, citizen perception.

JEL Codes: D72, H83, R23.



Copyright: © 2025 por los autores; licencia no exclusiva otorgada a la revista Vinculatégica EFAN. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo una licencia de Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Introducción

En los procesos electorales municipales, particularmente en contextos urbanos como Monterrey, México, la decisión de voto no solo se construye a partir de plataformas políticas o promesas de campaña, sino también desde las percepciones individuales, emociones, valores y experiencias que los votantes expresan al evaluar a los candidatos. Estas percepciones suelen estar mediadas por factores sociodemográficos como el nivel educativo, pero también por la forma en que los ciudadanos procesan la información y comunican sus juicios sobre el entorno político. En este escenario, analizar lo que los votantes dicen —en sus propias palabras— permite comprender con mayor profundidad las razones detrás de su decisión.

Este estudio tiene como propósito identificar los principales argumentos y motivos expresados por los ciudadanos de Monterrey en relación con los dos principales candidatos a la alcaldía en 2024: Mariana Rodríguez Cantú, por Movimiento Ciudadano, y Adrián de la Garza Santos, por el Partido Revolucionario Institucional. A través de un análisis descriptivo de las características de los votantes y la aplicación de un análisis de redes de co-ocurrencia semántica sobre las respuestas abiertas a dos preguntas clave —por qué sí votarían y por qué no votarían por cada candidato—, se busca mapear las narrativas dominantes en torno al apoyo o rechazo hacia cada figura.

El análisis de redes de co-ocurrencia permite visualizar las relaciones más frecuentes entre palabras y conceptos presentes en el lenguaje ciudadano, revelando patrones discursivos colectivos que no son evidentes en una lectura lineal. Esta metodología, empleada en investigaciones recientes sobre comunicación política y análisis de texto (Marcus, Neuman y MacKuen, 2000; Montero, Calvo y Martínez, 2008), resulta útil para identificar los temas, atributos y emociones más asociados a cada candidato, desde la perspectiva del votante.

A diferencia de estudios que modelan la intención de voto con técnicas predictivas, esta investigación adopta un enfoque exploratorio y cualitativo-cuantitativo que privilegia la comprensión de los discursos ciudadanos. Se reconoce que la voz del votante, expresada en lenguaje natural, constituye una fuente valiosa de información sobre cómo se construyen las preferencias y los rechazos electorales, y cómo éstos pueden diferir según la figura política en cuestión. En un contexto donde las redes sociales, los medios digitales y la imagen pública ocupan un lugar central en la campaña, comprender estos discursos puede ofrecer claves para futuros estudios sobre comportamiento electoral urbano en México.

Método

El presente estudio tiene como objetivo explorar las percepciones ciudadanas sobre los candidatos a la alcaldía de Monterrey en el proceso electoral de 2024, a través de un análisis de tipo descriptivo y de redes semánticas de co-ocurrencia. El enfoque metodológico adoptado es no experimental, de corte transversal y exploratorio, centrado en las narrativas expresadas libremente por los votantes en torno a las razones por las cuales sí o no apoyarían a un candidato en particular.

La información se obtuvo a partir de una encuesta aplicada cara a cara a una muestra probabilística aleatoria polietápica de 600 votantes del municipio de Monterrey, Nuevo León. Este diseño muestral permitió captar la diversidad sociodemográfica de la ciudad, abarcando distintas edades, niveles educativos y zonas geográficas. La recolección de datos se realizó entre marzo y mayo de 2024, durante el periodo oficial de campañas electorales, con el apoyo de MMT Soluciones y del Centro de Desarrollo Empresarial de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

El cuestionario incluyó tanto preguntas cerradas como abiertas. Para el propósito de este estudio, se analizaron exclusivamente las respuestas a dos reactivos abiertos clave:

(1) “Del candidato por el cual SÍ va a votar, ¿describa en sus propias palabras por qué SÍ se ganó su voto?”

(2) “Del candidato por el cual NO va a votar, ¿describa en sus propias palabras por qué NO se ganó su voto?”

Estas preguntas permitieron recolectar argumentos espontáneos y cualitativos por parte de los votantes, brindando insumos discursivos ricos en significado político, simbólico y emocional. A diferencia de los estudios que codifican de manera inmediata estas respuestas en categorías predefinidas, este análisis se orientó a identificar patrones emergentes en el lenguaje ciudadano mediante el uso de redes de co-ocurrencia léxica. Esta técnica consiste en mapear la frecuencia y relación entre pares de palabras que aparecen de manera conjunta en el mismo segmento de texto, revelando estructuras semánticas que reflejan la forma en que los votantes organizan sus pensamientos, prioridades y juicios sobre los candidatos.

El procesamiento de las respuestas se realizó en fases: primero, se llevó a cabo una limpieza de datos (normalización ortográfica, eliminación de stopwords y lematización); posteriormente, se construyeron matrices de co-ocurrencia utilizando software especializado de análisis de texto como R y RStudio, lo que permitió la visualización de redes semánticas y la identificación de núcleos temáticos alrededor de cada candidato. Esta metodología ha sido utilizada en estudios recientes para analizar narrativas políticas, discursos públicos y dinámicas electorales (Liu et al., 2013; Nguyen y Jung, 2018).

Finalmente, el análisis descriptivo de las frecuencias de palabras clave y su organización en redes permitió comparar los perfiles discursivos asociados tanto al voto afirmativo como al voto de rechazo hacia Mariana Rodríguez Cantú y Adrián de la Garza Santos. De esta manera, el estudio ofrece una visión integral de los principales elementos que motivan o inhiben el apoyo ciudadano a los candidatos, desde la perspectiva expresada directamente por los votantes.

Resultados

En esta sección se presentan los hallazgos derivados del estudio sobre la intención de voto en las elecciones municipales de Monterrey 2024, con especial énfasis en las percepciones ciudadanas hacia los candidatos Mariana Rodríguez Cantú y Adrián de la Garza Santos. El análisis se desarrolla en dos etapas complementarias. Primero, se describe el perfil sociodemográfico, educativo y ocupacional de los votantes encuestados, con el fin de contextualizar las características generales de la muestra y establecer posibles vínculos entre estas variables y la construcción de preferencias políticas. Posteriormente, se realiza un análisis de redes de co-ocurrencia a partir de las respuestas abiertas en las que los ciudadanos explican por qué sí votarían o no votarían por cada uno de los candidatos. Esta técnica permite identificar las asociaciones léxicas más frecuentes en el discurso ciudadano, revelando los núcleos semánticos que estructuran el apoyo o el rechazo hacia las candidaturas en contienda.

a. Análisis descriptivo

Para contextualizar las percepciones ciudadanas sobre los candidatos a la alcaldía de Monterrey en 2024, se realizó un análisis descriptivo de las características demográficas, educativas y socioeconómicas de los 600 participantes incluidos en la muestra (Tabla 1). Esta caracterización permite comprender mejor los perfiles desde los cuales se construyen las preferencias y juicios políticos expresados en las respuestas cualitativas.

En cuanto a la variable de género, las mujeres representaron una mayor proporción de la muestra, con un 56.8%, frente al 43.2% de los hombres. La distribución por edad mostró una presencia importante de votantes de más de 46 años (35.2%), seguidos por los segmentos de 36 a 46 años (24.7%) y de 25 a 35 años (24.5%). En contraste, los votantes jóvenes —menores de 24 años— constituyeron el grupo menos representado, con el 15.6% del total.

Respecto al estado civil, predominó la población casada (52.7%), mientras que los solteros representaron poco menos de una cuarta parte (22.8%). Las personas en unión libre (16.2%), viudos (5.5%) y divorciados (2.8%) completaron la distribución.

Un aspecto fundamental para este estudio es el nivel educativo, ya que se considera una variable clave en la formación de preferencias políticas. En este sentido, un 69.4% de los encuestados

contaba con educación básica o media superior (34.7% secundaria y 34.7% preparatoria), mientras que un 28.6% había concluido estudios universitarios. Solo un 2.0% declaró haber cursado únicamente la primaria, lo que pone de manifiesto una predominancia de escolaridad media, aunque con un grupo relevante de votantes con educación superior.

En lo que respecta al nivel socioeconómico, más de la mitad de los participantes (53.4%) se ubicó en el nivel C+/C, seguido por un 44.3% en los niveles D/E. Solo el 2.3% se identificó dentro de los niveles A/B, lo que indica que la mayoría de la muestra pertenece a estratos medios y bajos de la estructura socioeconómica urbana.

En términos ocupacionales, los empleados representaron el grupo más amplio (37.8%), seguidos por amas de casa (27.3%) y estudiantes (11.2%). Otros grupos como comerciantes (9.2%) y profesionistas (7.5%) también estuvieron presentes de forma significativa, mientras que empresarios (0.7%) y desempleados (1.8%) tuvieron menor representación. Esta diversidad ocupacional permite capturar una variedad de perspectivas en torno a la contienda electoral.

El perfil sociodemográfico y educativo aquí presentado aporta elementos clave para interpretar las opiniones ciudadanas sobre los candidatos. Particularmente, el peso relativo de los votantes con nivel medio y superior de escolaridad será central para analizar cómo se estructuran los discursos de apoyo o rechazo hacia las figuras en contienda, considerando el rol que desempeñan la formación académica y las condiciones socioeconómicas en la percepción política.

Tabla 1. Características generales de los encuestados en las elecciones de Monterrey

	Componente	Frecuencia	%
Género	Hombre	259	43.2
	Mujer	341	56.8
	Total	600	100.0
Edad	Menos de 24 años	94	15.6
	De 25 a 35 años	147	24.5
	De 36 a 46 años	148	24.7
	Más de 46 años	211	35.2
	Total	600	100.0
Estado civil	Casado	316	52.7
	Soltero	137	22.8
	Unión libre	97	16.2
	Viudo	33	5.5
	Divorciado	17	2.8
	Total	600	100.0
Escolaridad	Primaria	12	2.0
	Secundaria	208	34.7
	Preparatoria	208	34.7

Nivel socioeconómico	Universidad	172	28.6
	Total	600	100.0
	A/B	14	2.3
	C+/C	320	53.4
	D/E	266	44.3
	Total	600	100.0
Ocupación	Ama de casa	164	27.3
	Comerciante	55	9.2
	Desempleado	11	1.8
	Empleado	227	37.8
	Empresario	4	0.7
	Estudiante	67	11.2
	Jubilado	27	4.5
	Profesionista	45	7.5
	Total	600	100.0

Fuente: Elaboración propia.

b. Análisis de redes de co-ocurrencia

La red semántica construida a partir de las respuestas ciudadanas en torno a Mariana Rodríguez Cantú muestra una configuración discursiva compleja, en la que se entrelazan conceptos de naturaleza tanto positiva como negativa (Figura 1). Al centro de la red se posicionan nodos de alta frecuencia como “poca”, “falta” y “compromiso”, los cuales aparecen repetidamente en expresiones críticas, como “poca seriedad”, “falta de compromiso” o “poca experiencia”. Esto sugiere que una parte significativa del electorado percibe limitaciones en su preparación, liderazgo y madurez política, aspectos que podrían estar asociados a su juventud o estilo de comunicación.

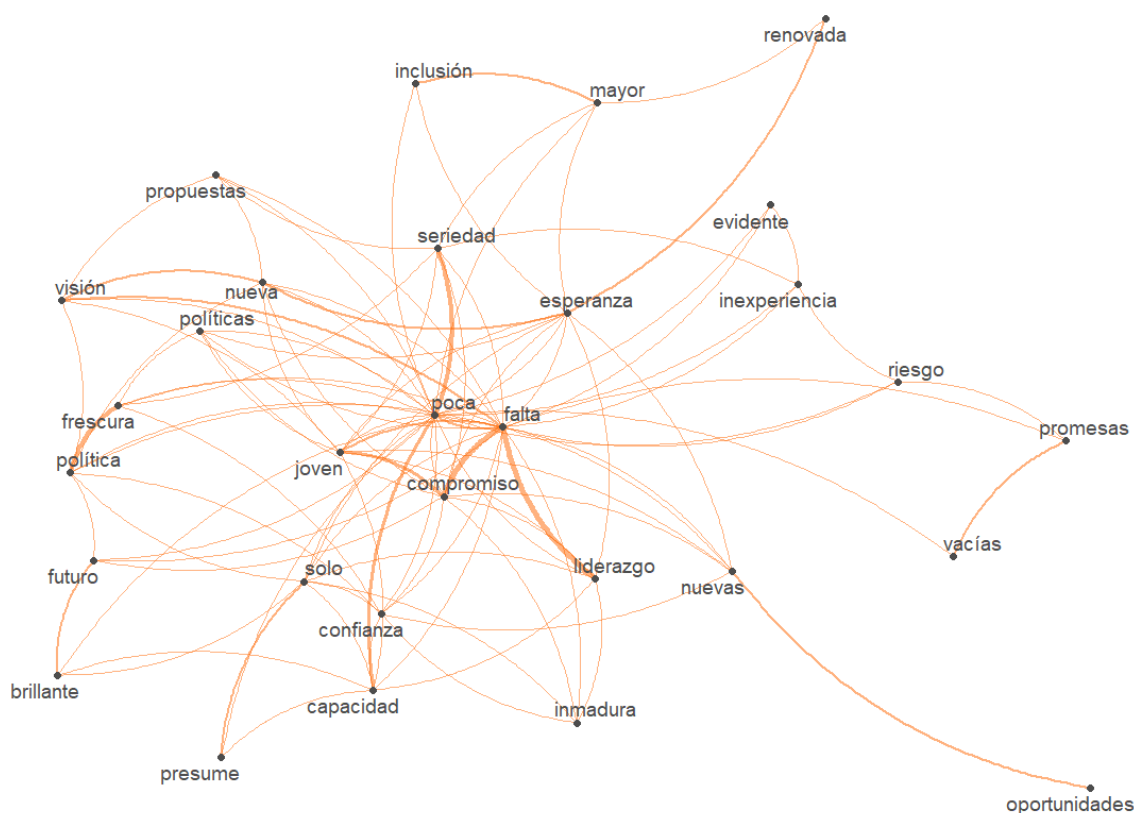
En ese sentido, otros términos vinculados negativamente son “inmadura”, “riesgo”, “promesas vacías” e “inexperiencia”, los cuales refuerzan una imagen de candidata percibida como poco apta para ejercer un cargo de alta responsabilidad pública. Estas palabras aparecen conectadas con nodos como “liderazgo”, “confianza” y “capacidad”, señalando una posible falta de atributos que otros votantes consideran fundamentales para una gestión efectiva.

No obstante, también emergen asociaciones con connotaciones positivas o ambivalentes. Conceptos como “joven”, “frescura”, “nueva”, “visión” y “renovada” son utilizados para describir a Mariana, resaltando su carácter disruptivo frente a figuras tradicionales. Palabras como “esperanza”, “futuro”, “brillante”, “políticas nuevas” y “oportunidades” sugieren que para ciertos sectores del electorado, su candidatura representa una alternativa fresca, con potencial de cambio o renovación política. Sin embargo, estas valoraciones suelen estar matizadas por dudas en torno a la “seriedad” e “inclusión”, lo cual indica que incluso entre quienes la ven con buenos ojos, existe una percepción de

que su perfil aún no está del todo consolidado.

En conjunto, la red de co-ocurrencia refleja una figura polarizante. Mariana Rodríguez es vista como una candidata joven, carismática y potencialmente transformadora, pero también como una opción arriesgada debido a su falta de experiencia. El núcleo semántico gira en torno a su novedad y a las tensiones entre capital simbólico mediático y déficit de credenciales políticas tradicionales. Esta dualidad en el discurso ciudadano puede ser clave para entender su atractivo entre votantes jóvenes o desencantados del sistema, así como su rechazo por parte de electores con mayor nivel educativo o expectativa de experiencia institucional.

Figura 1. Red de co-ocurrencia semántica en torno a Mariana Rodríguez Cantú



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, la red semántica construida a partir de las respuestas abiertas en torno a Adrián de la Garza presenta una configuración centrada en conceptos asociados a la experiencia, liderazgo y resultados comprobables, elementos que tienden a valorarse positivamente en el contexto de una candidatura política. En el núcleo de la red destacan términos como “seguridad”, “experiencia”, “confianza”, “compromiso” y “liderazgo”, los cuales se conectan con palabras como “eficiente”, “firme”, “comprobado”, “estabilidad” e “integridad”. Estos nodos refuerzan la percepción de Adrián como un candidato tradicional, con trayectoria en la gestión pública y con capacidad para gobernar.

Asimismo, aparecen conexiones con conceptos como “resultados”, “comprobados”, “tangibles” y “éxito”, lo cual sugiere que ciertos sectores del electorado valoran su desempeño previo y su historial político como factores diferenciadores frente a otras opciones. Estas asociaciones muestran una narrativa basada en la eficacia y la rendición de cuentas, apreciada principalmente por votantes que privilegian la experiencia institucional y la gobernabilidad.

No obstante, la red también revela una serie de asociaciones negativas relevantes. Palabras como “corrupción”, “desconfianza”, “pasada”, “ineficaz”, “ineptitud”, “inestabilidad” y “pobre” aparecen conectadas a su figura, reflejando una visión crítica que lo vincula con estructuras políticas tradicionales o con un pasado gubernamental que no necesariamente genera consenso. Además, la palabra “promesas” aparece en conexión con calificativos negativos como “ineficaces” y “no confiable”, lo que indica que para ciertos votantes sus propuestas son percibidas como repetitivas o poco creíbles.

Sin duda, de manera general se aprecia que esta red revela una figura percibida como sólida y profesional, pero también asociada con el desgaste político institucional y la falta de renovación. Mientras que para algunos votantes su candidatura representa estabilidad, capacidad y orden, para otros representa continuismo, desconfianza y falta de innovación. Esta dualidad discursiva se alinea con los resultados observados en el análisis de perfiles educativos: los votantes con mayor escolaridad tienden a valorar su experiencia, mientras que otros sectores, especialmente jóvenes, pueden asociarlo con prácticas políticas del pasado.

Figura 2. Red de co-ocurrencia semántica en torno a Adrián de la Garza Santos

Discusión

En el caso de Mariana Rodríguez, la red semántica indica que su imagen es fuertemente asociada con elementos como juventud, frescura, innovación y oportunidad. Términos como “*joven*”, “*política nueva*”, “*esperanza*” y “*renovada*” se vinculan con una narrativa de cambio y transformación, especialmente valorada por segmentos del electorado con menor edad y escolaridad media. Sin embargo, este discurso esperanzador se ve matizado por una serie de conceptos que apuntan a la desconfianza o al escepticismo, como “*inmadura*”, “*inexperiencia*”, “*falta*” y “*poca capacidad*”. Estos elementos reflejan que su candidatura despierta entusiasmo en sectores que valoran la cercanía, el carisma y la comunicación digital, pero también genera dudas respecto a su

preparación técnica y experiencia en gestión pública. Esta polarización es coherente con los planteamientos de Marcus (2000) y los resultados de Zarazúa y Alvarado (2025), quienes destacan cómo las emociones como el entusiasmo o la ansiedad pueden coexistir en el juicio electoral cuando se trata de figuras emergentes.

En contraste, la red discursiva en torno a Adrián de la Garza se estructura a partir de conceptos asociados a la experiencia institucional, la estabilidad y el liderazgo. Palabras como *“seguridad”*, *“experiencia”*, *“liderazgo”* y *“resultados comprobados”* se repiten con alta frecuencia, lo cual muestra que su trayectoria política es vista por muchos votantes como una garantía de gobernabilidad. No obstante, también emergen nodos con connotaciones negativas como *“corrupción”*, *“pasado”*, *“pobre”*, *“ineptitud”* o *“desconfianza”*, que refuerzan su vinculación con prácticas tradicionales o estructuras de poder que ciertos votantes asocian con ineficiencia o falta de renovación. Este hallazgo coincide con estudios que han identificado una creciente resistencia de sectores sociales, especialmente jóvenes y con menor vinculación partidista, a candidatos identificados con la “vieja política” (Flanagan y Dalton, 1994; Moreno, 2003; Zarazúa y Alvarado, 2020).

Ambos candidatos, por tanto, enfrentan un electorado que no solo responde a las propuestas racionales, sino que construye su decisión a partir de marcos simbólicos, afectivos y experienciales. En el caso de Mariana Rodríguez, su fortaleza reside en la conexión emocional y en la representación de una política mediática, digital e inclusiva, pero que aún carece de legitimidad institucional para algunos sectores. Por su parte, Adrián de la Garza proyecta una imagen de control, orden y eficacia, respaldada por su experiencia administrativa, pero enfrenta un desgaste por la asociación con estructuras políticas tradicionales y por una percepción de falta de innovación.

Finalmente, los resultados de las redes de co-ocurrencia refuerzan la importancia del análisis del discurso ciudadano como fuente primaria para entender las dinámicas electorales contemporáneas. Las palabras utilizadas por los votantes para explicar su decisión de voto permiten identificar no solo preferencias, sino también tensiones, expectativas y resistencias hacia las figuras en contienda. Este tipo de análisis es clave en contextos urbanos como Monterrey, donde las campañas se desarrollan en un entorno altamente mediatizado, emocionalmente cargado y con un electorado cada vez más diverso en términos de nivel educativo, acceso digital y exposición política.

Conclusión

Los resultados obtenidos en este estudio permiten comprender cómo se configura la intención de voto en Monterrey, México, a partir de las narrativas espontáneas expresadas por los ciudadanos en torno a los dos principales candidatos a la alcaldía durante las elecciones de 2024. A través del análisis descriptivo y de redes de co-ocurrencia semántica, se identificaron los conceptos y asociaciones que

estructuran las percepciones de apoyo o rechazo hacia Mariana Rodríguez Cantú y Adrián de la Garza Santos, revelando un electorado dividido no solo por preferencias ideológicas, sino también por estilos de comunicación y percepción de competencias.

En el caso de Mariana Rodríguez, los votantes destacaron atributos como juventud, frescura y novedad, posicionándola como una figura política con potencial de transformación. No obstante, estos elementos positivos se ven contrarrestados por menciones recurrentes a su falta de experiencia, inmadurez y limitada capacidad para ejercer funciones de gobierno. Esta dualidad refleja una candidatura que despierta entusiasmo entre ciertos sectores, pero que al mismo tiempo genera dudas importantes en segmentos que valoran la experiencia institucional.

Por su parte, Adrián de la Garza es percibido como un candidato con trayectoria, liderazgo y resultados comprobables, lo que le otorga legitimidad entre votantes que priorizan la seguridad, la estabilidad y la eficacia administrativa. Sin embargo, su imagen también está asociada con la corrupción, el pasado político tradicional y la falta de renovación, lo cual limita su atractivo entre electores jóvenes o con mayor escepticismo hacia la clase política establecida.

Referencias

- Flanagan, S. C., y Dalton, R. (1994). Models of change. In P. Mair (Ed.), *The west European party systems* (pp. 232-246). Oxford: Oxford University Press.
- Liu, S., Li, F., Li, F., Cheng, X., y Shen, H. (2013). Adaptive Co-Training SVM for Sentiment Classification on Tweets. In *CIKM '13: Proceedings of the 22nd ACM international conference on Information & Knowledge Management* (pp. 2079-2088).
- Marcus, G. E. (2000). Emotions in Politics. *Annual Review of Political Science*, 3, 221-250.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., y MacKuen, M. (2000). *Affective Intelligence and Political Judgment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Montero, J. R., Calvo, K., y Martínez, A. (2008). El voto religioso en España y Portugal. *Revista Internacional de Sociología*, 66(51), 19-54.
- Moreno, A. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Nguyen, H., y Jung, J. (2018). SocioScope: A framework for understanding Internet of Social Knowledge. *Future Generation Computer Systems*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.future.2018.01.064>
- Zarazúa, R., y Alvarado, E. (2025). El papel de las emociones en las preferencias electorales según en el nivel educativo en Monterrey, México. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 15(30), 1-32. <https://doi.org/10.23913/ride.v15i30.2306>
- Zarazúa, R., y Alvarado, E. (2020). Los medios digitales como herramienta de información en los votantes de Nuevo León, México. *Revista Trayectorias*, 22(51), 49-63.

