

¿Cómo afecta a las elecciones Facebook?

De acuerdo con un nuevo estudio dirigido por James Fowler profesor de Ciencias Políticas en la División de Ciencias de la Universidad de California, en San Diego y sus colegas de los departamentos de Ciencias Políticas y Psicología , un simple mensaje en el día de las elecciones presidenciales de EE.UU , el 2 de noviembre de 2008, llevó finalmente a las urnas a unos 340.000 usuarios de la red social que NO TENÍAN PREVISTO VOTAR. Durante la jornada electoral más de 60 millones de norteamericanos en edad de votar entraron en Facebook.

Los investigadores mostraron al 1% de ellos; 600.000 electores potenciales seleccionados al azar, un mensaje INFORMATIVO de animación al voto, sin sesgos partidarios. Llevaba el encabezamiento "Hoy es día de elecciones", un enlace a los centros de votación de su zona y un botón clickable de "Yo ya he votado".



Un segundo grupo de 600.000 censados recibieron el mismo mensaje pero con hasta seis fotos de perfil de amigos usuarios de Facebook que habían informado de su votación y un contador que mostraba la cantidad de usuarios de Facebook que ya habían pulsado el botón hasta ese momento por lo que el mensaje se convirtió en SOCIAL.

Se formó un tercer grupo, de CONTROL, con 600.000 ciudadanos con derecho a voto y que no recibió ninguno de los dos mensajes, ni el informativo ni el social, durante esa jornada.

