

# El voto de la juventud guanajuatense en la elección presidencial de 2018

*Factores de corto y largo plazo que influyeron  
en sus decisiones electorales*



# El voto de la juventud guanajuatense en la elección presidencial de 2018

*Factores de corto y largo plazo que influyeron  
en sus decisiones electorales*

NIRVANA KARINA ORTIZ NAVARRO

Toluca, México

• dos mil veintidós

JS211  
13  
14  
2022

Ortiz Navarro, Nirvana Karina

El voto de la juventud guanajuatense en la elección presidencial de 2018: factores de corto y largo plazo que influyeron en sus decisiones electorales / Karina Ortiz Navarro. – Toluca, México: Instituto Electoral del Estado de México, Centro de Formación y Documentación Electoral, 2022.

139 p. : gráficas, fórmulas, tablas. – (Serie Política Electoral Incluyente; 9)

ISBN: 978-607-8818-14-3

ISBN: 978-607-8818-13-6 versión electrónica

1. El voto juvenil, Guanajuato 2018 2. Partido Acción Nacional, Guanajuato

Serie: Política Electoral Incluyente núm. 9

Primera edición, junio de 2022.

D. R. © Nirvana Karina Ortiz Navarro, 2022.

Paseo Tollocan núm. 944, col. Santa Ana Tlapaltitlán,

Toluca, México, C. P. 50160.

[www.ieem.org.mx](http://www.ieem.org.mx)

ISBN 978-607-8818-14-3

ISBN (versión electrónica) 978-607-8818-13-6

Los juicios y afirmaciones expresados en este trabajo son responsabilidad de la autora, y el Instituto Electoral del Estado de México no los comparte necesariamente.

Impreso en México.

Publicación de distribución gratuita.

Esta investigación, para ser publicada, fue arbitrada y avalada por el sistema de pares académicos, bajo la modalidad de doble ciego.

Recepción de colaboraciones en [ceditorial@ieem.org.mx](mailto:ceditorial@ieem.org.mx)

## INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos característicos de una democracia no sólo es la calidad y efectividad de sus instituciones, sino el valor y peso que tiene el voto en el proceso electoral, éste otorga al ciudadano la oportunidad de participar y expresar su apoyo o rechazo de frente a los siguientes gobiernos. Es decir, el voto es el mecanismo por el cual el ciudadano elige a sus representantes en función de la capacidad que ve en ellos para satisfacer sus demandas y la percepción que tiene sobre éstos. “En la dimensión electoral, se condensan las promesas de un régimen político que mediante las elecciones brinda un mecanismo para someter la legitimidad de los gobernantes a la más amplia consulta ciudadana: el de una elección con sufragio universal” (Gómez Tagle, 2017, p.10).

La presente investigación se centra en el complejo proceso electoral de México realizado en 2018, que destaca porque estuvieron en juego más de 3400 cargos públicos (500 diputados de los cuales 300 son por mayoría relativa y 200 por representación proporcional, 128 senadores y comicios locales en 30 estados), con lo que fue la elección más grande de la historia mexicana, donde el cargo en disputa más relevante y mediá-

tico fue la elección para nombrar al nuevo presidente de la república.

El comportamiento electoral en México es cada vez menos estable y predecible, los ciudadanos, especialmente los más jóvenes (de 18 a 29 años) no sólo expresan un bajo interés en los asuntos políticos y un desalineamiento respecto a los partidos, sino que poco a poco las variables políticas de corto plazo —que incluyen los mensajes de las campañas políticas, las imágenes de los candidatos y los temas de interés público— son cada vez más significativas, cambiando así el escenario político electoral del país y las reglas del juego.

En los últimos treinta años, México en su camino por consolidar su democracia también ha experimentado el fortalecimiento de los partidos de oposición, esto ha traído como consecuencia un ambiente de mayor competitividad política y, a su vez, un electorado volátil con poca lealtad partidista.

Es decir, la conducta político-electoral y el gran cambio que ha presentado es resultado de múltiples factores y procesos, como la transición de un sistema autoritario de un partido dominante a un sistema multipartidista moderado, las constantes reformas electorales y las nuevas formas de comunicación política y los cambios en la estructura y el comportamiento del electorado mexicano.

Conjuntamente, hay una expansión del descontento con el desempeño gubernamental y del hartazgo social hacia la élite política tradicional constituida por los tres principales partidos: el Partido Revolucionario

Institucional (PRI), el Partido Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Pero ¿este descontento ha generado que los electores busquen nuevas opciones? ¿Cuáles son los factores que incentivan a votar por determinado candidato o partido político? ¿Los de corto plazo, como las campañas, los atributos personales de los candidatos y los temas, o los factores de largo plazo, como la identificación partidista?

Este panorama político de insatisfacción fue aprovechado por la izquierda encabezada por el Movimiento Regeneración Nacional (Morena), situación que capitalizó su fundador y candidato Andrés Manuel López Obrador, ampliando su base de apoyo con electores inconformes, en el que se incluían priistas indignados, experredistas, apartidistas e incluso algunos de las filas del PAN, como Tatiana Clouthier, quien fue la coordinadora de campaña de López Obrador, logrando así ganar la presidencia en su tercer intento. Como lo señalan Díaz Jiménez y León Ganatios (2019): “La victoria contundente de Morena, un partido político emergente y expresión organizativa y electoral del movimiento lopezobradorista en las pasadas elecciones, señala muy probablemente el inicio de una tercera etapa de la competencia partidista en el país” (p. 25). Dicha etapa se caracteriza por un electorado más fluido y desalineado de los partidos, que orienta su voto en función de los temas e imágenes de los candidatos.

Esta investigación pretende dar respuesta a los cuestionamientos señalados y, en particular, analizar

la situación que presenta el estado de Guanajuato, ya que fue la única entidad que no votó en su mayoría por Morena, haciendo énfasis en el comportamiento electoral de las y los jóvenes guanajuatenses, estudiando las intenciones y motivaciones del voto en estas elecciones presidenciales de 2018. De acuerdo con Gómez Tagle (2017), “la influencia electoral de los jóvenes se evidencia en el hecho de que constituyen la base demográfica sobre la que se habrá de sustentar nuestra democracia, pues México es un país de jóvenes” (p. 11).

El argumento central de esta obra es que, si bien a nivel nacional el desalineamiento partidista ha hecho que los electores jóvenes orienten cada vez más sus decisiones de voto con base en factores de corto plazo, como la personalidad de los candidatos y los temas relevantes durante las campañas, en el caso de Guanajuato el voto joven está aún fuertemente influido por el partidismo, particularmente por el panismo.

¿Por qué centrar el estudio en los jóvenes? ¿Dónde radica su importancia? Porque además de constituir una amplia base demográfica que representa un alto porcentaje en la lista nominal, los jóvenes se han caracterizado por ser un sector apático en temas políticos y, por ende, excluido institucionalmente. Sin embargo, son los jóvenes quienes tienen en sus manos la posibilidad de decidir el rumbo político a través de su participación en las urnas.

La percepción que tienen los jóvenes respecto a la importancia de los asuntos político-electorales es



distinta a la que tienen los adultos mayores, ya que comúnmente presentan una actitud de indiferencia y una pérdida o poco sentido de identidad con los partidos políticos, debido a que no se sienten representados por éstos y, más bien, pasan a ser una población marginada en el proceso de toma de decisiones. Existe una tendencia en los jóvenes de generalmente intentar romper el *statu quo*, de votar o inclinarse por la oposición, de exigir una mayor rendición de cuentas a los gobiernos. ¿Será ésta la situación de los jóvenes en el estado de Guanajuato? ¿Sus preferencias electorales fueron atraídas por la izquierda o votaron por la derecha en una entidad panista? Para lograr entender el comportamiento de los jóvenes, es relevante analizar cuáles son sus motivaciones, y de igual manera, es tarea tanto de los partidos políticos como de las instituciones crear estrategias que incentiven su participación, y así construir una política más incluyente.

Para ello, se analiza la Encuesta sobre Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018 —realizada por El Colegio de México (CólmeX), el Instituto Nacional Electoral (INE), el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) y el Instituto Electoral de Estado de Guanajuato (IEEG)— que será de gran ayuda para estudiar el comportamiento y cambio electoral. Las encuestas electorales son muy útiles debido a que al constituirse “como instrumentos de medición, las encuestas han registrado con gran precisión y claridad las creencias y las conduc-

tas sociopolíticas de los mexicanos, ofreciendo los elementos para comprender mejor la evolución política en el país” (Moreno, 2018, p. 12).

Con el objetivo de analizar el comportamiento electoral de las y los jóvenes guanajuatenses en las elecciones presidenciales de 2018, el presente trabajo se ha dividido en los siguientes capítulos. El primero abarca el planteamiento del problema junto con el objetivo general y los objetivos específicos, así como la justificación, la hipótesis y la metodología de esta investigación.

En el segundo capítulo se incluye el marco teórico, donde se describen las principales teorías que ayudarán al análisis del tema. Se presenta como base teórica el llamado *Tunnel of Causality* (túnel de la causalidad), partiendo de ahí con literatura sobre la Escuela de Columbia con el enfoque sociológico, la Escuela de Michigan y la identificación partidista como elemento central, y la escuela racional que explica el comportamiento electoral con base en un análisis previo sobre el voto. Está dedicado también a dar una breve revisión del contexto nacional en donde se mencionan los cambios más relevantes en la conducta político-electoral. A su vez, se describe el caso particular del estado de Guanajuato, analizando, por ejemplo, su número efectivo de partidos y el nivel de competitividad en su sistema de partidos de 1995 a 2018.

En un tercer capítulo, se realiza una discusión de los factores que influyen en la decisión del voto, están los de largo plazo que van en declive y que incluyen el par-

tidismo y la ideología, por otro lado, causando cada vez mayor impacto entre los jóvenes, se encuentran los factores de corto plazo, caracterizados por su enfoque en el contenido de las campañas, como los temas y mensajes, la imagen y atributos del candidato.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados del análisis estadístico de la encuesta, con tablas que muestran cruces de distintas variables sociodemográficas y de actitudes políticas con la intención de voto de los jóvenes guanajuatenses. Y, en un último capítulo, se encuentran las conclusiones y hallazgos principales.



## ASPECTOS GENERALES

### **Planteamiento del problema**

El voto en las democracias se ha planteado como un mecanismo de *accountability* vertical, con el cual los ciudadanos premian o castigan al partido en turno en el gobierno. Regularmente este modelo se ha empleado para analizar el voto económico (Ratto, 2013), es decir, el voto en relación con el desempeño económico de los gobiernos en turno.

En México y en otras democracias de América Latina, parece ser que no sólo el tema económico es uno de los determinantes al momento de decidir por quién votar, además de los factores de largo plazo han surgido otros de corto plazo con gran peso en el comportamiento electoral, por ejemplo la fuerte imagen de líderes políticos como Andrés Manuel López Obrador en el caso mexicano.

Tras su tercer intento por llegar a la Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, candidato ahora por Morena, logró ganar la contienda presidencial con un amplio margen de votación, haciéndose evidente un descontento generalizado de todas las entidades (teniendo en cuenta que ganó en 31 de 32 estados) hacia los partidos tradicionales como el PRI y el PAN, pero presentando excepción en un estado, Guanajuato. ¿Qué fue lo que causó este resultado y que Guanajuato no castigara electoralmente a los partidos tradicionales?

*Tabla 1. Porcentaje de votos que obtuvo cada candidato durante tres elecciones presidenciales, así como el porcentaje de la participación ciudadana*

<b>Candidato</b>	<b>Periodo</b>	<b>Porcentaje de votos</b>	<b>Partido</b>	<b>Participación ciudadana</b>
Andrés Manuel López Obrador		53.19	Morena, PT, PES	
Ricardo Anaya Cortés	2018-2021	22.27	PAN, PRD, MC	63.42
José Antonio Meade Kuribreña		16.40	PRI, PVEM, NA	
Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón		5.23	Independiente	
Enrique Peña Nieto		38.20	PRI, PVEM, NA	
Andrés Manuel López Obrador	2012-2018	31.57	PRD, Movimiento Progresista	63.14
Josefina Vázquez Mota		25.68	PAN	
Felipe Calderón Hinojosa		35.91	PAN	
Andrés Manuel López Obrador	2006-2012	35.29	PRD	58.55
Roberto Madrazo Pintado		22.03	PRI	

Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

En la tabla 1 se observa el porcentaje de votos que obtuvo cada candidato, se tomaron en cuenta tres elecciones presidenciales consecutivas (2006, 2012 y 2018) para comparar y resaltar cómo fueron los resultados en la elección de 2018. En esta última con López Obrador, representante de la Coalición “Juntos Haremos Historia” integrada por Morena, Partido del Trabajo (PT) y Partido Encuentro Social (PES), se logró el mayor porcentaje de votos (53.19%), es decir, ha sido el presidente más votado de México y con una gran diferencia entre sus rivales, ni siquiera juntando los votos de la coalición de Anaya, integrada por el PAN, el PRD y Movimiento Ciudadano (MC) (Por México al Frente) con los de la coalición de Meade, formada por PRI, PVEM y Nueva Alianza (NA) (Todos por México), se alcanzaría a Obrador. Además hubo un ligero aumento en la participación ciudadana en estas elecciones de 2018, que de acuerdo con el INE corresponde a 63.4290%,<sup>1</sup> es decir, 56 611 027 votos.

El hartazgo de los ciudadanos con los malos resultados y diversos escándalos de la gestión pública de Peña Nieto, tal vez puedan explicar por qué el PRI fue castigado por los votantes y Morena obtuvo la victoria a nivel nacional (a excepción de Guanajuato) al darle la oportunidad a Andrés Manuel López Obrador de llegar al poder en estas elecciones de 2018.

<sup>1</sup> Este porcentaje de participación ciudadana resulta del número de ciudadanos que votaron con base en la lista nominal de las actas computadas, información recuperada del sitio oficial del INE.



Con base en el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), López Obrador obtuvo en Guanajuato tan sólo 30.2 % de la votación traducándose como su desempeño más bajo, siendo superado por su contrincante el candidato panista Ricardo Anaya Cortés que alcanzó 815 935 votos, es decir, 40.64 % de la votación. ¿Qué explica el bajo nivel de votación hacia Andrés Manuel en el estado de Guanajuato?

Este trabajo se delimitará entonces a estudiar el comportamiento electoral de los jóvenes en el estado de Guanajuato en estos comicios, considerando que es un bastión panista desde hace casi ya tres décadas y que no ha presentado alternancia en el poder político.

De esta manera, la pregunta que guiará la investigación es: ¿cuáles son los factores que tuvieron mayor influencia en la decisión del voto en los jóvenes guanajuatenses? ¿Los factores de corto plazo como las campañas políticas o los de largo plazo como la identificación partidista o la ideología?

El objetivo general es analizar en qué medida los factores de corto plazo influyen en la decisión de voto de los electores jóvenes, o bien si son los factores de largo plazo los más determinantes. Como objetivos específicos de esta investigación se señalan los siguientes:

- Analizar el impacto de las variables sociodemográficas en el comportamiento electoral de los jóvenes.

- Analizar el impacto de las orientaciones ideológicas de los jóvenes guanajuatenses tanto de izquierda como de derecha.
- Analizar el impacto de la identificación partidista en la elección pasada.
- Analizar el impacto de los factores de corto plazo de coyuntura, como la imagen de los candidatos y los temas de las campañas.

## **Justificación**

Los ciudadanos a la hora de votar consideran múltiples variables que determinan su preferencia electoral, interesa saber si el hecho del mal desempeño por parte de los funcionarios públicos ha ido tomando poco a poco mayor relevancia y si los electores al momento de votar se basan en su identificación ideológica o partidismo, o son el ambiente y estrategias de las campañas electorales modernas las que influyen en mayor medida en las decisiones de los votantes. “En general, el interés en las campañas suele ser mayor entre los votantes que se identifican fuertemente con un partido político. En particular, en la elección de 2000, los panistas duros eran los más interesados en el proceso electoral” (Moreno, 2009, p. 57).

Además, con el desalineamiento de los votantes respecto de los partidos, el crecimiento de los ciudadanos que se consideran apartidistas y con la profesionali-

zación e impacto que han tenido las campañas políticas modernas, se abre toda una nueva agenda de investigación. Es por ello que resulta interesante cómo es este proceso electoral y en especial en las y los jóvenes, ya que tienden a mostrar actitudes más críticas y son los testigos de la transición. Otra razón para estudiar el comportamiento de los jóvenes es porque entre ellos existe una gran diversidad, no todos tienen los mismos intereses y, aunque se enfrenten a retos similares, sus prioridades son distintas. Además, representan un porcentaje considerable dentro del padrón electoral; son quienes definirán el futuro del país y los que en unos años estarán a cargo de las nuevas políticas.

Uno de los grupos sociales cuyos integrantes se manifiestan más como “demócratas insatisfechos”, es el juvenil. Su desencanto se debe, en parte, a que miran a la democracia en su integralidad, como ejercicio del poder, y no sólo en su instrumentalidad, como procedimiento para el acceso a éste (Cuna Pérez, 2012, p. 108).

Los jóvenes de 18 a 29 años son testigos de fenómenos políticos completamente diferentes a los que vivieron los votantes de hace 30 años, por lo que el contexto influye de manera diferente en las elecciones de 2018. Otro aspecto que diferencia a los jóvenes es la forma en la que se informan, acudiendo principalmente a internet por medio de las redes sociales, transformando por completo la dinámica de comunicación política.

El votante promedio de 1988 reflejaba las dinámicas de una sociedad cambiante en un orden político autoritario, corporativo y de poca competencia, mientras que el votante de 2018 podría reflejar las dinámicas de la pluralidad política, de la incertidumbre electoral, de una mayor polarización política y del (des)orden democrático (Moreno, 2018, p. 39).

¿Y por qué focalizar entonces la investigación al estado de Guanajuato? Guanajuato es, a comparación del resto de las entidades, un caso atípico, ya que presenta desde hace varios años poca competitividad dentro de la arena electoral y se encuentra además bajo el poder de un partido cuasidominante, el PAN. Según Rionda (1997), “el estado de Guanajuato ha exhibido un desarrollo particular de su esquema de convivencia política que hace que sus usos locales del poder sean cualitativamente distintos a los que se pueden observar en el resto del país” (p. 1).

¿Qué elementos consideran las y los jóvenes al momento de votar? ¿Son los factores de corto o largo plazo los determinantes? Éstas son algunas de las cuestiones que han motivado el realizar esta investigación.

## **Hipótesis**

La identificación o afinidad con determinado partido político, que forma parte de los factores de largo plazo, era esencial para explicar el comportamiento electoral hace

unos años. Sin embargo, el proceso de democratización en México ha generado diversos cambios en todos los ámbitos, con mayor énfasis en el político electoral.

Es decir, anteriormente este vínculo tan marcado y fuerte entre ciudadano y partido político era determinante en las elecciones. Cuando el PRI era el partido hegemónico, sólo había una delgada distinción sobre ser priista o no. No existían posibilidades reales de competir para la oposición, ya que era representada más bien como partidos satélite, no había una verdadera pluralidad. Con el advenimiento de la alternancia política, de la ruptura con su base electoral y debilitamiento como fuerza del PRI, se dio lugar a un cambio en las preferencias electorales y, por ende, en la forma de participación.

En las elecciones presidenciales de 2018, hubo cierta relación con las elecciones del año 2000, puesto que la identificación partidista y, en cierta medida, la ideología parecen haber estado en segundo plano. En 2000 lo que se buscaba era un cambio, lograr sin duda la alternancia política; esto importaba más y estaba por encima de la afinidad política, no importaba si eras panista o no, la intención era sacar al PRI del poder. “La elección presidencial de 2006, en cambio sí se enmarcó más claramente como una competencia entre la izquierda y la derecha. López Obrador fue particularmente diáfano al referirse a su candidatura y a su proyecto de gobierno como una izquierda auténtica” (Moreno, 2009, p. 158).

En las elecciones de 2018, se muestra una tendenciosa disminución en la identidad partidista, donde esta

variable vuelve a perder peso en la decisión de los electores, ya que muchos de los votantes de Morena (considerando que es un partido relativamente nuevo) no se sentían identificados con él, no existía un fuerte lazo entre votante y partido, además de que éste aún carece de una estructura electoral. Evidentemente se priorizó y se presencié un voto de castigo al PRI, donde todos los estados, menos Guanajuato, le dieron su voto a Andrés Manuel López Obrador, candidato de Morena.

Entonces, al visualizar que la identificación partidista en general va en declive y que son los factores de corto plazo los que están logrando un mayor alcance e influencia a la hora de votar, se considera que el caso de Guanajuato es todavía una excepción. Puesto que la entidad es un bastión panista en donde la identificación con los valores e ideales del PAN son los determinantes, los factores de corto plazo —como los efectos de las campañas, los temas y la imagen del candidato— no son tan influyentes y no cobran tanta importancia como la filiación con el partido de derecha, pues de antemano, y sobrepasando estos factores, ya está decidido por quién votar.

## **Metodología**

Para fines de este trabajo, la metodología será bajo un enfoque cuantitativo debido a que “nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como

un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos” (Hernández Sampieri *et al.*, 2010, p. 169)

Se trabajará en fases con la Encuesta sobre Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018, que fue realizada en colaboración entre el INE, el IEEM, el IECM, el IEEG y el Cólmez, la cual proporciona datos interesantes sobre los intereses en la política de los jóvenes y su participación en la arena electoral. Las encuestas han logrado documentar parte del cambio del comportamiento electoral, y es que a través de ellas “la investigación académica ha podido adentrarse en la psicología, la racionalidad y las emociones del votante, en su conducta, sus opiniones, sus actitudes, sus creencias y en los aspectos que influyen en su decisión de voto” (Moreno, 2018, p. 10)

La encuesta pasó primeramente por una prueba piloto, la cual tenía como finalidad evaluar la versión del cuestionario para posteriormente incluir los ajustes pertinentes antes del levantamiento. Como lo marca el “Informe de la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes en el Estado de Guanajuato 2018”, se consideró que “debe ser razonablemente comparable a la realizada en el 2012” (IEEG, 2020, p. 147), año en el cual se realizó el proyecto La Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012).<sup>2</sup> El cuestionario de dicha encuesta incluía preguntas de valoración de los temas y de los candidatos, de

<sup>2</sup> El objetivo de la ENCPJ 2012 fue explicar las peculiaridades de la cultura política en el segmento de población de 18 a 29 años de edad.

interés en la política, conocimiento de las instituciones electorales, así como nivel de identificación partidista.

Se analizarán los datos de esta encuesta con el uso del programa computacional de Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS). En este trabajo como variable de control se utilizará la sociodemográfica, en la que se integran el sexo, la edad, la escolaridad, la ocupación y el nivel socioeconómico.

Con el programa SPSS, se realizarán muestras estadísticas y correlaciones de variables que serán una herramienta de apoyo para poder confirmar o refutar la hipótesis establecida. Posteriormente, con los resultados se preparará material gráfico, como tablas con los datos analizados.

Dicha encuesta de cultura política tiene cinco dominios que son: Ciudad de México, Estado de México metropolitano urbano, Estado de México resto, Guanajuato y total del país. Sólo se considerará a Guanajuato en este análisis. En el dominio de Guanajuato se levantó una muestra de 500 entrevistas que son representativas de la zona metropolitana de la entidad. Con base en el “Informe de la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes en el Estado de Guanajuato 2018”, “un tamaño de muestra de 500 entrevistas permitirá hacer estimaciones con una precisión de 5.7% y una confianza de 95%” (IEEG, 2020, p. 149).

Se determinó también el tamaño de la muestra partiendo de un esquema de selección probabilística de la población, que a su vez se dividió en dos subgrupos:



la población de 18 a 29 años de edad y la de 30 años y más. Este estudio, por lo tanto, se delimitará a analizar el primer grupo que comprende a las y los jóvenes guanajuatenses de 18 a 29 años de edad.

La etapa de la selección de la muestra se realizó con probabilidad proporcional (PPT) a la lista nominal en cada una de las secciones electorales (SE). Para el dominio de estudio de Guanajuato corresponden 50 secciones en muestra. La siguiente etapa fue seleccionar de manera aleatoria tres manzanas en cada una de las secciones electorales en muestra. Posteriormente, se hizo un *barrido censal* en campo de las manzanas seleccionadas, es decir, se buscaban solamente hogares con población objetivo que eran personas entre 18 y 29 años de edad.

En el muestreo se seleccionaron para este dominio de estudio secciones electorales con probabilidad proporcional a la lista nominal. La probabilidad de selección de una SE en el dominio de Guanajuato está dada por la siguiente ecuación:

$$P_{di} = \frac{N_d LN_{di}}{LN_d}$$

Donde:

$P_{di}$ : Es la probabilidad de selección de la  $i$ -ésima sección en el dominio  $d$ .

$N_d$ : Es el tamaño de muestra de secciones electorales en el dominio  $d$ .

$LN_{d_i}$ : Es el total de personas en la lista nominal en la  $i$ -ésima sección en dominio  $d$ .

$LN_d$ : Es el total de personas en la lista nominal en el dominio  $d$ .

## MARCO TEÓRICO

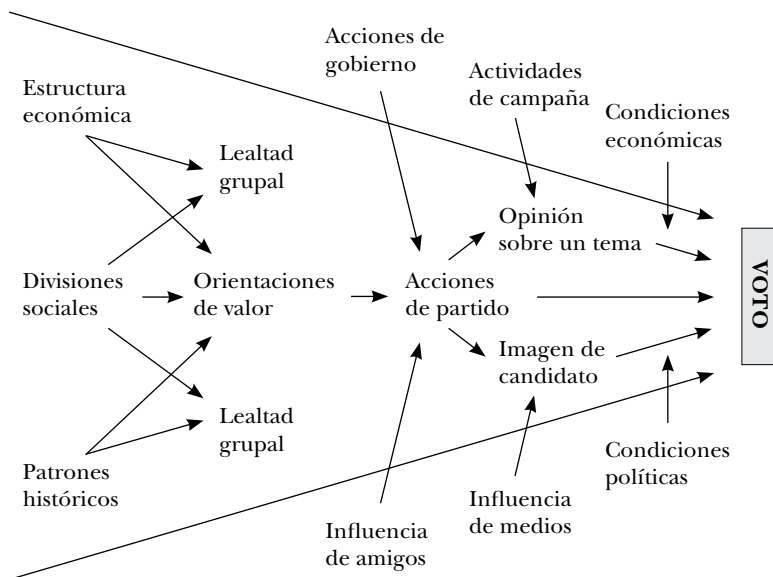
### Principales teorías

Antes de dar paso a explicar algunas de las principales teorías, una de las formas de hacer mayor sentido a este estudio es con la clasificación del llamado *Tunnel of Causality* (túnel de la causalidad) que fue desarrollado por investigadores de la Escuela de Michigan, dicho túnel combina una serie de aspectos que influyen en la decisión del voto, convirtiéndolo en un modelo psicosocial.

La lógica que sigue es que conforme más se estrecha el túnel mayor proximidad hay en relación con la decisión del voto, que es motivado por múltiples variables. En el aspecto individual del elector, hay factores que influyen en la decisión de su voto, como la percepción que se tiene de las acciones de gobierno, las actividades de campaña, la recepción de los medios, la evaluación de los candidatos respecto a la imagen y los temas de campaña.

La siguiente imagen es representativa del túnel de la causalidad en donde se puede observar que en la parte ancha de éste se encuentran las condiciones socioeconómicas que marcan las líneas de interés y conflicto en la sociedad, que a su vez influyen en los valores e identidades grupales. De acuerdo con Dalton (2014), “las condiciones sociales se traducen en actitudes que pueden influir más directamente en el comportamiento político de las personas” [la traducción es mía] (p. 185).

*Figura 1. Tunnel of Causality (túnel de la causalidad), realizado bajo el esquema de Dalton*



Fuente: Elaboración propia con base en Dalton (2014, p. 185).

Es decir, el túnel en su extremo más ancho ubica los factores que están más distantes al proceso electoral, pero más cercanos a las condiciones sociales que influyen de manera indirecta en el voto. Está la estructura económica, las divisiones sociales en donde se encuentran los grupos sociales que impactan en las decisiones individuales, y los patrones históricos de votación.

Por otro lado, en el extremo más estrecho se ubican aquellos factores que están más próximos a las decisiones del votante individual, aquellas decisiones políticas que ocurren durante la coyuntura del proceso electoral. En esta sección están las orientaciones de valor y la lealtad que se tenga a determinados grupos sociales.

En la parte final del túnel está aquello relacionado con las campañas y sus actividades, como los temas y la imagen de los candidatos. Se halla también el papel influyente que ocupan los medios, y asimismo las condiciones económicas y políticas, es decir, el entorno.

Existen diversas teorías que buscan dar explicaciones al voto y a cómo es que las personas lo ejercen, es decir, al comportamiento electoral. “Las teorías de voto están intelectualmente vinculadas entre sí debido a que unas se desarrollaron de otras, ya sea como complementos o como críticas” (Evans, 2004, p. 20, citado en Moreno, 2009). A continuación, se explican las principales escuelas dominantes que analizan teóricamente el complejo fenómeno del voto y su comportamiento.

### *Los factores de posición social*

La escuela de Columbia, desarrollada a partir de los años cuarenta, con su perspectiva sociológica se centra en explicar el voto en relación con los atributos sociales con los que se desarrolla el individuo —como el género, la edad, el nivel socioeconómico, la escolaridad, la religión— y con los procesos comunicativos que se dan por medio de los líderes/políticos y los electores. Esta teoría supone, por ejemplo, que aquellos electores con mayor nivel socioeconómico y de escolaridad (clase media alta) son más activos políticamente y demandan una mayor rendición de cuentas, por lo que se inclinan a votar por partidos de centro derecha. Magaloni Kerpel (1994) explica, por lo tanto, que “los trabajadores de la industria manufacturera tenderán a votar principalmente por partidos de izquierda y los empresarios por partidos de derecha” (p. 311), ya que al ser parte de determinado grupo social (trabajadores o empresarios) las opiniones son condicionadas por el contexto en el que el individuo se desarrolla.

La individualidad entonces se ve influenciada por el contexto social, que a su vez es determinante al momento de tomar decisiones y de formar preferencias políticas, siendo de esta manera que como variable explicativa de la Escuela de Columbia están las características sociales.

Como señalan Meixueiro y Moreno (2014), las “características sociales de mediano o largo plazo explicarían el apoyo continuo a determinados partidos, en particular a aquellos que logran canalizar las líneas de

conflicto social e incorporan dichas líneas en la institucionalización que conlleva la representación política formal” (p. 42). Estas líneas de conflicto social, que se dan de forma diferenciada y focalizada en regiones, han sido aprovechadas por los partidos políticos, que dentro de sus propuestas de campaña han contemplado posibles soluciones, situación que ha capitalizado el PAN en el entorno social del Bajío, donde su base electoral comparte características sociodemográficas.

Desde esta perspectiva sociológica, la influencia de la familia, de amistades o de compañeros de trabajo son características importantes en la decisión del voto, ya que el entorno social es el que mantiene informado al ciudadano de los asuntos políticos y es capaz, a su vez, de promover cambios en su opinión.

La escuela sociológica trata de explicar las redes de comunicación que hay respecto a la información política de la siguiente manera, recuperado en Gunther (2007):

El flujo de información políticamente relevante en campañas electorales fluye por tres canales diferentes:

- a) La transmisión directa de información política a través de contactos cara a cara dentro de las redes personales;
- b) El flujo de mensajes a través de los medios de comunicación masiva, y
- c) Los flujos indirectos de información política a través de la membresía en asociaciones secundarias (citado en Moreno, 2009, p. 24).

Por lo tanto, el contenido de las discusiones sobre política puede tener un impacto en las preferencias electorales, es decir, si en determinado grupo social proliferan las opiniones a favor de algún partido político, es probable que ese flujo de información tenga influencia sobre el voto.

### *Los factores de actitudes políticas*

Otra teoría importante es la escuela de Michigan, impulsada en las décadas de 1950 y 1960 por investigadores propios de la Universidad de Michigan. Esta escuela tiene una perspectiva social-psicológica. Determina la identificación partidista, “que es un rasgo psicológico afectivo hacia los partidos o grupos políticos, y tiende a ser duradero por diversas razones” (Meixueiro y Moreno, 2014, p. 18), como elemento base en la decisión del voto, partiendo de la premisa de que si una persona se siente más cercana a un partido y demuestra mayor empatía participará más en las elecciones. “En este enfoque se diferencian las actitudes de corto plazo que los electores tienen hacia los candidatos y los partidos, de las actitudes de largo plazo, o predisposiciones políticas, principalmente representadas por la identificación partidista” (Moreno, 2009, p. 24). Se considera también dentro de esta teoría que la identificación partidista es una de las condiciones políticas más duraderas.



De acuerdo con Anduiza y Bosch (2012): “factores como el interés por la política o el nivel de compromiso e implicación política a través de la identificación con partidos, ideologías o el propio sistema político son las variables que más aportan a la explicación del fenómeno” (p. 127) y es que la pertenencia o afinidad con algún partido político, promueve a que sus simpatizantes participen “votando por su partido”, siendo activos en las elecciones para lograr que sean representados por quienes se sienten identificados.

Es posible medir esta variable del grado de identificación partidista dentro de las encuestas, donde el elector mide su cercanía e inclinación por determinado partido político. Por ejemplo, Fiorina (1981) argumentaba que “las mediciones de la identificación partidista eran altamente sensibles al desempeño gubernamental y, en particular, al comportamiento de la economía” (citada en Moreno, 2009, p. 25). Es decir, el votante como individuo hace un voto retrospectivo en donde su identificación partidista puede reforzarse o no conforme a los resultados que tuvo determinado partido, en este caso interesa descubrir si esta relación es relevante en el comportamiento político regional de Guanajuato.

Con el modelo de Michigan y su perspectiva sociológica, se argumenta que el primer acercamiento con la política es en la familia, de esta herencia y ejemplo proveniente de los padres. “La mayoría de la gente adquiere lealtades partidarias —principalmente en el núcleo fami-

liar— antes de adquirir mucha información sobre política” (Aguilar López, 2017, p. 175).

Es importante destacar que sentirse identificado con algún partido político no significa precisamente que uno sea militante, simplemente es tener más simpatía hacia determinado partido. Cuanto más fuerte sea la identificación con el partido, hay más probabilidades de que se vote por él. De acuerdo con Anduiza y Bosch (2012), “el voto reiterado, una y otra vez a lo largo del tiempo y derivado de la identificación que siente el elector por un partido, es lo que llamamos voto normal del individuo” (p. 199). Es decir, conforme el elector va repitiendo su voto por el partido por el cual siente mayor identificación, va consolidando y reforzando su identificación hacia éste. El voto, por lo tanto, es un acto de afirmación.

Pero hay una situación completamente contraria, y es aquella en donde el elector vota en contra del partido con el que se siente identificado, a este tipo de comportamiento se le llama voto desviado, y suele darse por circunstancias coyunturales.

### ***Los factores racionales***

Una teoría distinta es la escuela racional, que toma relevancia a partir de la segunda mitad del siglo xx, sus principales precursores fueron Antony Downs (con su obra *An Economic Theory of Democracy*), Mancur Olson,

Kenneth Arrow, entre otros. La teoría racional sostiene que cada ciudadano vota por el partido o candidato que le proveerá mayores beneficios que los demás en una determinada elección. Pero que además hace un pequeño análisis de costo/beneficio, es decir, visualiza los costos de ir a votar, como el tiempo, dejar de hacer determinadas cosas, la probabilidad de que el voto individual sea el decisivo, los costos de traslado, de registro e, incluso, de mantenerse informado. Como los costos son elevados, gran parte del padrón electoral no ve ganancias y decide no ir a votar.

Este modelo aplica un cálculo del voto que se basa en que “los ciudadanos estiman la probabilidad de los distintos estados de la naturaleza y utilizan estas probabilidades para inferir la utilidad esperada asociada con llevar a cabo distintas acciones” (Magaloni Kerpel, 1994, p. 318). Se aplica una pequeña fórmula que ha sido muy criticada y que es la siguiente:

$$R = PB + D - C$$

R = Beneficio esperado de ir a votar.

P = Probabilidad de que el voto decida la elección.

B = Diferencia de desempeño esperado de los distintos partidos.

D = Valor de votar/sentido cívico.

C = Costo de votar.

En la medida en que las elecciones se han vuelto más competitivas, los cálculos de los términos P y B resultan ahora más relevantes en la decisión del voto, en especial si los políticos lo hacen evidente en sus campañas, y es de esperarse, por ende, una mayor participación precisamente en las elecciones más cerradas (Magaloni Kerpel, 1994, p. 320).

Si los ciudadanos evalúan cómo les fue durante un gobierno, consideran que sus condiciones empeoraron y además descalifican o aprueban ciertas prácticas cometidas, como individuos racionales votarán en contra de los candidatos de ese gobierno, es decir, realizarán un voto retrospectivo. Aunque también se consideran los costos que esto implicaría.

De acuerdo con Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), “los votantes más jóvenes tendieron a retirarle su apoyo al PRI más rápido que los más viejos, simplemente porque ellos no habían experimentado un largo periodo de crecimiento económico y estabilidad bajo los gobiernos priistas” (p. 67). Esto puede explicar el prolongado declive del PRI, ya que los electores más viejos tenían presentes algunos buenos resultados de las administraciones priistas y tenían la esperanza de que ese auge pudiera regresar, los jóvenes, por su parte, crecieron junto con la transición.

## Contexto nacional

La historia política electoral de México durante siete décadas tuvo un régimen autoritario, dominado por el PRI como partido hegemónico que controlaba el Poder Ejecutivo, tanto como el Legislativo, creando a lo largo de estos años una amplia base de apoyo electoral que lograba movilizar fácilmente gracias al acceso que tenía el partido a los recursos públicos.

Entre 1987 y 1988 el PRI sufrió una ruptura al interior, pues había diferencias entre los partidarios del viejo sistema económico y los llamados tecnócratas. La inestabilidad económica fue provocando el descontento y desalineamiento de los priistas, sumado a la derrota de sus primeras dos gubernaturas. Poco después, en la década de 1990, el PRI va entrando a una nueva etapa de crisis, ya que se da el alzamiento en Chiapas del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), a la par del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y la oposición a su vez buscaba aprovechar el deterioro del PRI. “Los principales partidos de oposición, el PAN y el PRD, desarrollaron estratégicamente sus estructuras organizativas a nivel local durante los noventa con el fin de lograr una mayor penetración territorial y así ampliar sus bases sociales de apoyo” (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019, p. 54).

Tras los malos resultados, principalmente en materia económica, el PRI fue perdiendo simpatizantes. “La fuerza electoral del PRI sufrió una merma considerable

entre 1991 y 1997 (de 61 a 39 por ciento); este deterioro se presenta en prácticamente todos los grupos o categorías de edad, género, ingreso, educación o tamaño de población”<sup>3</sup> (Buendía, 2000, p. 320) y, al mismo tiempo, generó que el electorado mexicano desarrollara una visión más crítica, evaluando si era conveniente seguir con el priismo o movilizarse para buscar un cambio que favoreciera la situación económica y política del país, es decir, castigando electoralmente.

A esta manera de razonar la forma de votar se le conoce como voto económico, en el que, con base en Fiorina (1981), se distinguen dos ejes principales que guían el comportamiento electoral de los ciudadanos:

Ambos ejes subrayan el tipo de información que los votantes utilizan al votar. Uno de ellos resalta la dimensión temporal: el individuo puede considerar los cambios en su bienestar económico en relación con un periodo previo, o puede considerar los cambios futuros en su bienestar derivados de la elección de un partido o candidato. En el primer caso el votante será básicamente retrospectivo y, en el segundo, prospectivo. El votante retrospectivo se pregunta: ¿últimamente qué ha hecho por mí el partido en el gobierno?; mientras que el votante prospectivo considera: si llega al poder este partido, ¿qué hará por mí? (citada en Buendía, 2000, p. 324).

Por lo tanto, al evaluar el desempeño gubernamental en materia económica y a medida que éste resul-

<sup>3</sup> El estudio de Jorge Buendía utilizó tres encuestas probabilísticas nacionales realizadas en 1991, 1994 y 1997.

ta desfavorable, se incrementa el voto retrospectivo o de castigo, donde se responsabiliza al partido político en el poder y, paralelamente, “se constata el crédito o la culpa que al respecto tiene el candidato o partido en el gobierno, y la manera como se estima que hipotéticamente los contendientes habrían actuado en caso de haber estado en el poder” (Magaloni Kerpel, 1994, p. 322).

Por éstos y muchos más sucesos, es como el PRI paulatinamente fue perdiendo fuerza y ahora se le distingue particularmente por sus resultados negativos en materia económica, por seguir prácticas corruptas, de fraude y del mal manejo en sus administraciones a niveles federal y local. “La falta de institucionalización del sistema de partidos conlleva, por ende, a otros factores que definen el juego electoral, tales como el clientelismo, el personalismo y la falta de identificación partidista de candidatos antipartido que pueden ganar una elección en Latinoamérica” (León Ganatios, 2013, p. 58).

En 1997 el PRI se debilita al perder la mayoría en la Cámara Baja y, a su vez, el poder y control del entonces Distrito Federal ante un partido de izquierda, el PRD. Esta etapa catastrófica desencadenó la derrota de las elecciones a la Presidencia en el año 2000 y bajas en la identidad priista, donde ganó por primera vez un candidato de la oposición, Vicente Fox de Acción Nacional. El PAN triunfó nuevamente con Felipe Calderón en las elecciones presidenciales de 2006, reforzando la identidad entre los panistas. “Tanto en 2001 como en 2007, primeros años

presidenciales panistas, éstos alcanzaron sus niveles máximos en el electorado” (Somuano, 2014, p. 124).

Esta etapa es el reflejo de gran desalineamiento, donde la lealtad partidista se ve inconsistente, pues influye si el partido gana o pierde las elecciones, es decir, su desempeño.

Después de dos sexenios de oposición, en las elecciones de 2012 el PRI recuperó con Peña Nieto la Presidencia de la República, gobierno que se caracterizó por estar repleto de polémica (como las reformas estructurales), de prácticas corruptas, con bajo desarrollo económico y testigo de grandes olas de violencia e inseguridad.

No obstante, pese a que el PRI logró adaptarse con relativo éxito a la nueva etapa de competencia electoral, fue de nueva cuenta derrotado en las elecciones federales de 2018, después de diversos escándalos de corrupción que involucraran a gobernadores, prominentes miembros del gobierno federal y de la cúpula del partido, y la desaparición de 43 estudiantes de la normal rural de Ayotzinapa, en la que se presume la participación del crimen organizado en colusión con autoridades locales (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019, p. 55).

Desde 2018, el PRI no sólo enfrenta la peor crisis de su historia a consecuencia de los malos resultados de gobierno y por los casos de corrupción, sino que además está experimentando una desbandada hacia otros partidos, principalmente a Morena. Andrés Manuel López Obrador, capitalizando el resentimiento de la mayoría de los mexicanos, ha dejado al PRI como terce-



ra fuerza política en los comicios del primero de julio de 2018.

Finalmente, el PRI ha quedado marcado por el tema de la corrupción, de la impunidad y del deficiente desempeño en sus gobiernos, provocando un malestar en la sociedad y desconfianza en sus discursos, promesas y gestión que ha llevado al declive del partido y a la pérdida de simpatizantes. Ante tal situación de descontento en México, el ciudadano se encuentra entre dos opciones: la participación basada en la voz (apoyo) y participación basada en la salida que se refiere a la posibilidad de ejercer presión con la amenaza de irse, de retirar el apoyo electoral en este caso.

Hirschman (1977) tenía una visión económica donde, si el consumidor no aprobaba la calidad de un bien dentro del mercado, dejaba de consumirlo, “se salía”, y optaba por evaluar y elegir a la competencia. De la misma manera sucede en el escenario político. Los electores, ante la insatisfacción con la gestión de un gobierno y el partido que lo representa, expresan una respuesta de salida, es decir, pueden dejar de votar en las elecciones o cambiar de preferencia política (votar por el partido B). “En los sistemas bipartidistas hay más debate interno (voz) que en los multipartidistas, porque el coste de irse del partido es mucho mayor” (Hirschman, 1977, p. 85).

Se llega entonces a la cuestión de cuáles fueron los factores o motivaciones determinantes en la elección presidencial de 2018. ¿Fue la desaprobación general que obtuvo el gobierno de Peña Nieto, el partidismo o

algún factor de corto plazo, por ejemplo, la imagen de Andrés Manuel López Obrador?

Teniendo un breve escenario de la política nacional, se explicará a continuación el contexto del estado de Guanajuato que representa el caso de estudio de esta investigación.

### **Caso Guanajuato**

Guanajuato se ha caracterizado por ser un estado históricamente conservador y con matices propios, producto de múltiples movimientos sociales. Esta gran fidelidad hacia la ideología conservadora no es algo nuevo del siglo XXI ni del proceso de democratización, sino que se remonta desde tiempos de la Colonia, debido a que la entidad dio cobijo a los jesuitas,<sup>4</sup> quienes juegan un papel protagonista en la definición religiosa del Bajío. En este apartado se dará un breve recorrido histórico que evidencia el pasado conservador de la entidad y que sigue presente en la actualidad, influyendo en las preferencias electorales.

Además del gran peso religioso que de manera temprana se vio fortalecido en el estado, otra variante importante de la ideología conservadora es el aspecto

<sup>4</sup> Los jesuitas eran los miembros de la Compañía de Jesús, una fuerte orden religiosa que tenía como misión la evangelización. En 1676 Guanajuato los comienza a recibir y en poco tiempo lograron tener una gran presencia en el estado.

económico. El Bajío fue una de las regiones con mayor desarrollo de la Nueva España, al encontrarse en un punto estratégicamente geográfico pudo sacarle provecho al sector comercial, aparte de que no dependía exclusivamente de una actividad económica como la minería, la agricultura o la venta de cerámica, sino que se favoreció de una combinación de todas. Esta tendencia a ser una región económica puede verse reflejada en la actualidad con el poder que tiene el panismo empresarial.

Una etapa de auge para el estado fue el Porfiriismo, ya que dio como fruto cierta estabilidad, grandes beneficios para la élite política y un acelerado desarrollo económico. Sin embargo, Guanajuato, así como otros estados del país, también padeció de las consecuencias de la Revolución mexicana, a pesar de no tener una intervención tan activa por la lucha y la repartición de las tierras, más bien, “Guanajuato, más que participar en la fase armada de la Revolución —los años diez—, lo haría en su periodo más político civilista —los veinte—” (Rionda, 2012, p. 25). La problemática emerge entonces cuando chocan las dos facciones de pensamiento resultantes de esta revolución: el liberalismo y el conservadurismo.

Guanajuato, inclinado por el sector conservador y tradicionalista liderado por la religión católica, al ver que el Estado comenzaba a limitar a la iglesia en los asuntos políticos, comenzó a rebelarse y a cuestionar las convicciones revolucionarias que excluían al clero. “En la década de 1910 se detecta por vez primera la presencia de religiosos protestantes” (Rionda, 2012, p. 147).

A partir de las diferencias y exigencias que tenía la iglesia hacia el Estado, surgieron medios (circulaban periódicos locales como la *Propaganda Católica de Irapuato*, la *Voz de la Verdad de Guanajuato*, *El Obrero Católico*, entre otros) y asociaciones reaccionarias que invitaban a la sociedad a desconocer las ideas del gobierno que fueran contrarias a la iglesia. Fue así que en 1913 surge la organización de la Liga de Acción Católico-Social Guanajuatense, de igual manera como oposición se crea el Partido Católico Nacional Guanajuatense.

Hubo más exigencias de la Iglesia católica en contra de la Constitución de 1917. Quizá la principal fue en relación con el artículo 27, ya que éste establecía que ninguna asociación religiosa denominada iglesia podrá adquirir, poseer o administrar bienes raíces ni capitales impuestos sobre ellos (Rodríguez Araujo, 2011, p. 13).

En respuesta a la Constitución de 1917, el descontento e inconformidad por parte de la iglesia y sus feligreses se acrecentó, motivando el nacimiento de más grupos de choque, como la Asociación Católica de la Juventud Mexicana, fundada en 1913 por el jesuita Bernardo Bergöend y que se fortaleció en el estado de Guanajuato a partir de 1918. “La Constitución de 1917 consagró la convicción anticlerical de los sectores radicales del obregonismo. Las reacciones no se hicieron esperar en toda la República por parte de los sectores conservadores. Guanajuato no fue la excepción” (Rionda, 2012, p. 148). Fue así que la iglesia y los sectores

tradicionalistas intensificaron sus posturas hacia el gobierno y poco a poco sus declaraciones pasaron a ser manifestaciones más rebeldes y radicales.

La situación estalló después con el gobierno de Calles, quien demostró una actitud de cero tolerancia a la iglesia y sus defensores. Como lo documenta Rodríguez Araujo (2011), durante el callismo “se hizo valer el artículo 27 según su texto original de 1917, y se cerraron conventos, iglesias, escuelas católicas que no impartían educación laica, etcétera. Los curas extranjeros fueron expulsados” (p. 13). Estas medidas provocaron una fuerte renuencia por parte de la iglesia católica, que en 1926 en manos del arzobispo José Mora y del Río,<sup>5</sup> declaró que se desconocían los preceptos de la constitución de 1917. Con esta acción inició la etapa de enfrentamientos conocida como la Guerra Cristera o Cristiada, que impactó de manera significativa en terreno guanajuatense. En esta fase armada se puede observar cómo la iglesia luchaba por no separarse de la esfera política ni de sus privilegios y que, en Guanajuato, fue un parteaguas que marca la conformación de la dinámica política de corte conservador, fuertemente influenciada por la religión, y que ha sido un factor importante del elector guanajuatense. En palabras de Jiménez Ruiz y Aguilar López:

<sup>5</sup> El 4 de febrero de 1926, el arzobispo José Mora y del Río declaró que “El episcopado, clero y católicos, no reconocemos y combatiremos los artículos 3.º, 5.º, 27 y 130 de la constitución vigente” (Rodríguez Araujo, 2011, p. 13).

La Iglesia conformó una cultura regional que tendría sus puntos más álgidos en la Guerra Cristera y el surgimiento del sinarquismo. Lo anterior permitió un arraigo creciente de las tradiciones católicas en la sociedad leonesa, la cual no se expresaría ya en el campo de batalla, pero sí sería un factor relevante dentro de la dinámica política de la entidad (citados en Añorve *et al.*, 2020, p. 77).

Guanajuato junto con otros estados (como Jalisco, Michoacán y Zacatecas) fue escenario de la Guerra Cristera, la cual podría decirse que culminó hasta finales de la década de los treinta, sin embargo, dio pauta al surgimiento del llamado sinarquismo. El Centro Anticomunista<sup>6</sup> que fue formado por guanajuatenses, motivó la fundación de la Unión Nacional Sinarquista (UNS) en 1937, organización que se esforzaba por defender sus intereses y valores políticos. Como lo documentan Jiménez Ruiz y Aguilar López, “el sinarquismo era sinónimo de acción, había asambleas continuas, así como varias movilizaciones. Los militantes eran serios en sus actividades” (citados en Añorve *et al.*, 2020, p. 80).

Toda esta cultura conservadora y antiizquierda ha generado en Guanajuato un elector conservador en lo social y liberal en las cuestiones económicas (como el libre mercado), aspectos que han sido tomados con ventaja para el posicionamiento del PAN y que sus candidatos han sabido capitalizar en la región del Bajío.

<sup>6</sup> Entre las bases del Centro Anticomunista se encontraban combatir el comunismo y laborar por la formación espiritual.

Continuando con el caso atípico de Guanajuato, la ausencia que presenta el estado de una verdadera oposición han generado que el PAN lleve gobernando 27 años en el estado (sin sumar lo de este sexenio 2018-2024 encabezado por Diego Sinhué). “Aunque el PAN obtuvo su primer triunfo en 1964<sup>7</sup> y su presencia se hizo más patente desde mediados de los ochenta, en realidad el cambio político en el estado se concretó durante la última década del siglo XX” (López Levi, 2002).

Desde Carlos Medina Plascencia, como gobernador en 1991, el PAN se ha asentado en la entidad aprovechando su conservadurismo y la relación que tiene el Bajío con la clase empresarial, aunando a esto la poca fuerza y cohesión que tiene la izquierda en Guanajuato, representada ahora principalmente por Morena. Como argumenta Rionda (1997) acerca de la izquierda, “nunca han florecido ni trascendido movimientos sociales de envergadura que puedan clasificarse como transformadores, progresistas o de izquierda. Inclusive la izquierda política local es conservadora en relación a la izquierda del centro y sur del país” (p. 7).

Pero cabe señalar que el PAN también ha logrado mantener su voto duro en las elecciones para diputados federales:

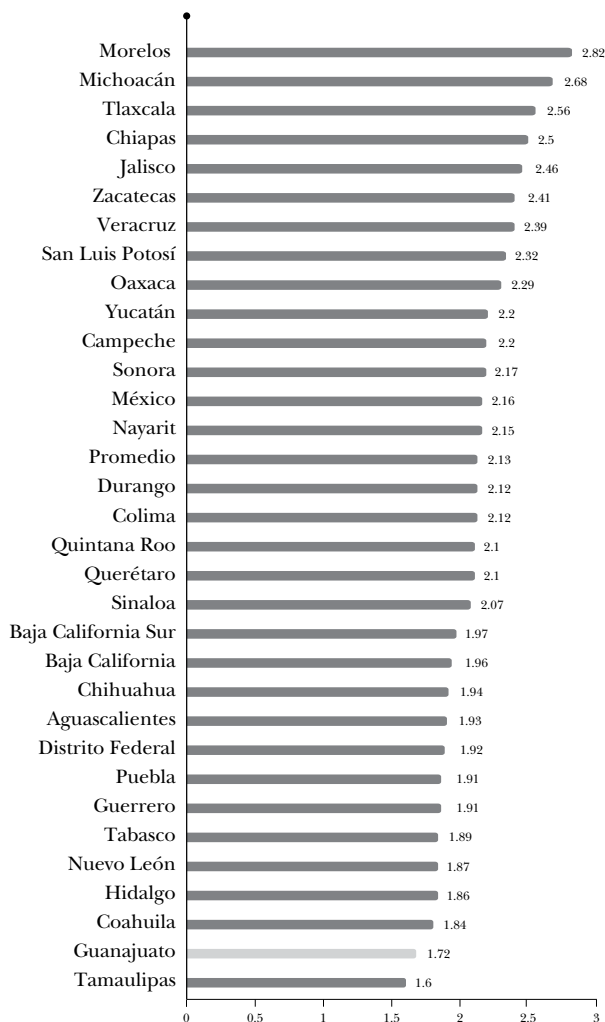
<sup>7</sup> En 1964 el PAN en el estado de Guanajuato ganó un distrito en León y otro en Ocampo.

En el 2000 la Alianza por el Cambio, encabezada por el PAN (y conformada también por el PVEM), ganó en todos los distritos del estado de Guanajuato, menos en el 1, conformado por los municipios de Dolores Hidalgo, Ocampo, San Diego y San Felipe (región noroeste) (López Levi, 2002, p. 122).

En la figura 2 se muestra una comparación de todos los estados en relación con el promedio del número efectivo de partidos de 1995 a 2018. Se presenta a Guanajuato con una puntuación de 1.72 que se refiere a un bipartidismo, esto es porque históricamente siempre han competido en el estado el PAN y el PRI, pero en las últimas fechas el PRI ha caído drásticamente por lo que se inclina más a estar bajo un partido dominante, es decir, por el PAN. En contraste está Morelos con 2.82, lo que significa un tripartidismo, y Guanajuato, sólo después de Tamaulipas, como el estado con menor número efectivo de partidos.



*Figura 2. Número efectivo de partidos, promedio (1995-2018)*



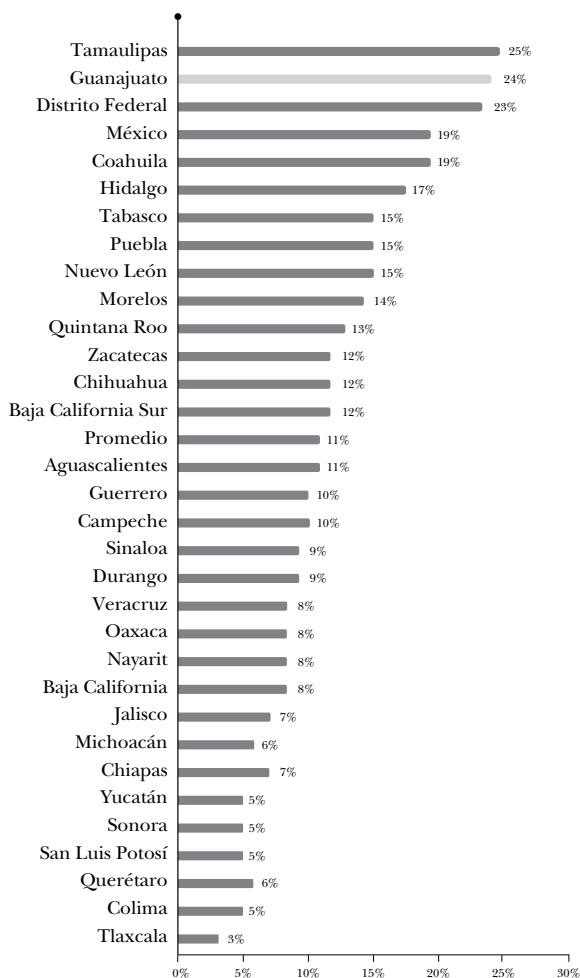
Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla recuperada de Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), realizada a partir de la base de datos “México electoral. Estadísticas federales y locales 1970-2000” [compact disc], compilada por Banamex-Accival, y los resultados electorales oficiales obtenidos en los sitios web de los organismos públicos electorales locales.

En la figura 3, se hace una comparación del porcentaje de competitividad que tienen los sistemas de partidos subnacionales en México. Guanajuato nuevamente, al igual que Tamaulipas, tiene un sistema de partidos menos competitivo, es decir, la oposición se enfrenta a un entorno complicado por la disputa del control del poder político.

Guanajuato presenta un promedio de competitividad en su sistema de partidos de 24 %, esto quiere decir que la diferencia entre el partido ganador (refiriéndonos al PAN) y el segundo lugar es muy grande, por lo que es complicado que se produzca una alternancia política. En palabras de Converse (2017), “cuantas más veces se repita el voto al mismo partido más fuerte se hará la identificación, y este efecto se relaciona con el tiempo de participación electoral, independientemente de la edad del elector” (p. 175, citado en Aguilar López, 2017).

El PAN ha logrado una sólida base de apoyo desde inicios de los años noventa, donde la identificación con dicho partido no ha sufrido fuertes alteraciones, sino que ha logrado mantenerse. “Diversas identidades regionales han sido canalizadas hacia el sistema de partidos, como el norte y el Bajío en el apoyo al PAN por razones ideológicas en temas económicos, o en temas religiosos y morales” (Díaz, 2014, p. 45).

*Figura 3. Competitividad en los sistemas de partidos subnacionales en México. Promedio 1995-2018*



Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla recuperada de Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), realizada a partir de la base de datos “México Electoral. Estadísticas Federales y locales 1970-2000” [compact disc] compilado por Banamex-Accival, y los resultados electorales oficiales obtenidos en los sitios web de los organismos públicos electorales locales.

Teniendo ya un panorama tanto nacional como local, se dará paso a analizar en un tercer capítulo los factores de largo y corto plazo, y cómo es que influyen sobre la decisión del voto.

## LOS FACTORES DE LARGO Y CORTO PLAZO QUE INFLUYEN EN EL VOTO

### **Factores de largo plazo**

En la primera parte de este tercer capítulo, se analizan los factores de largo plazo que tienen un peso y significado (en mayor o menor medida) en la decisión del voto en los jóvenes.

#### ***Identificación partidista***

Respecto a los factores de largo plazo, el partidismo, que es la identificación con determinado partido político, es un elemento clave dentro del sistema mexicano y puede adquirirse a temprana edad y reforzarse con la experiencia o convivencia con otros actores influyentes.

De acuerdo con Moreno (2009) y Somuano (2014), el partidismo es la variable con mayor poder ex-

plicativo del voto de los mexicanos. Sin embargo, estudios más recientes (Moreno, 2018; Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019) dan cuenta del declive del partidismo como factor explicativo de las decisiones del voto de los mexicanos.

Se pueden identificar cuatro etapas principales (véase figura 4) sobre la evolución del partidismo en México. Del año 1983 hasta la mitad de los años noventa se refleja el periodo del fin del PRI como partido dominante, siendo ésta la primera etapa. La siguiente etapa se manifiesta en la segunda mitad de los noventa que, como advierten Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), “una vez que el priismo declinó, hasta alrededor de un tercio del electorado, en esta fase, tanto los independientes como los votantes débilmente identificados de los tres partidos, se volvieron una proporción de votantes lo suficientemente grande para definir el resultado de una elección” (p. 125).

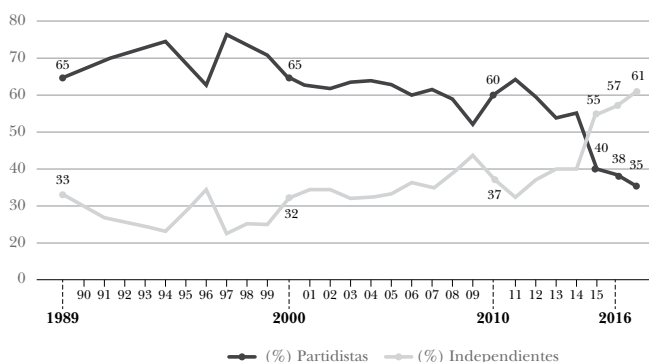
En 2000 surge la tercera etapa “en la cual, si bien el porcentaje de independientes supera, de manera constante, al macropartidismo del PRI y al de cualquier otra organización partidista, el porcentaje de electores identificados con los partidos en su conjunto constituye aún la mayoría del electorado” (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019, p. 125). En este sentido se puede afirmar que, con la alternancia política en México, se dio una notable reconfiguración en la identificación partidista, como señala Aguilar López (2017), “donde el PRI era hegemónico se sostenía que el vínculo entre la masa

de votantes y el partido en el poder era sólido, o por lo menos con poca disidencia” (p. 157).

Mientras en 2010 al menos 60 % se consideraba cercano a alguna de las tres principales fuerzas políticas, en 2022 el partidismo parece ya no ser un elemento consistente y estable en el electorado.

Las variaciones en el partidismo agregado en México se explican por la incorporación de los electores jóvenes a la arena político-electoral, así como por la conversión de los electores maduros, quienes han ajustado sus puntos de vista y actitudes a la nueva realidad política. A estos dos últimos fenómenos se les denomina como de reemplazo y de conversión, respectivamente (Moreno, 2009, p. 50).

La cuarta y última etapa del partidismo en México, que es a partir de 2015, se caracteriza, según Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), por un profundo desalineamiento, entendido como “el debilitamiento de las lealtades partidistas afectivas habituales y estables hacia los partidos entre el electorado” (Norris, 1997, p. 86), lo cual se refleja en el declive de los electores que se identifican con alguno de los partidos tradicionales. Como se puede observar en la figura 4, en la cuarta etapa los electores independientes (55 %) superan por primera vez a los partidistas (40 %), reflejando el debilitamiento de las lealtades hacia los partidos.

Figura 4. *Votantes independientes y partidistas*

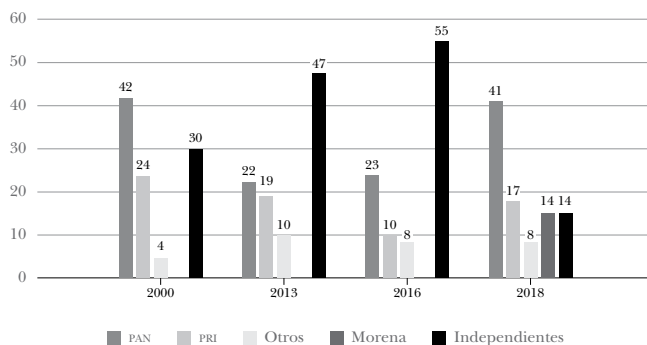
Fuente: Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019.

En resumen, a nivel nacional la identificación partidista ha sufrido una disminución entre los electores mexicanos, mostrando una creciente inestabilidad y capacidad explicativa del voto. Sin embargo, en Guanajuato el partidismo presenta una mayor estabilidad e importancia en la explicación del voto de los guanajuatenses, la lealtad hacia el partido blanquiazul se va transmitiendo por generaciones, como lo argumenta Magaloni Kerpel (1994). Si se nace dentro de una familia que se considera panista, la escuela de Michigan predeciría que el individuo tenderá a votar por el PAN, aun sin conocer previamente al candidato o sus propuestas, debido a que su círculo familiar le ha transmitido esta identidad partidista.



Según Díaz Jiménez (2018), “la base de apoyo del PAN en 2018 aún parece ser muy superior a la del resto de los partidos y el electorado independiente. El porcentaje de panistas registrados por la encuesta *Este País/Coparmex* (41 %) es, de hecho, muy cercano al porcentaje registrado en 2000” (El partidismo, párr. 1). Y esto se puede ver reflejado en la figura 5, que documenta el partidismo en Guanajuato de 2000 a 2018, resultando el PAN el partido con mayor base de apoyo.

Figura 5. Partidismo en Guanajuato (2000-2018)

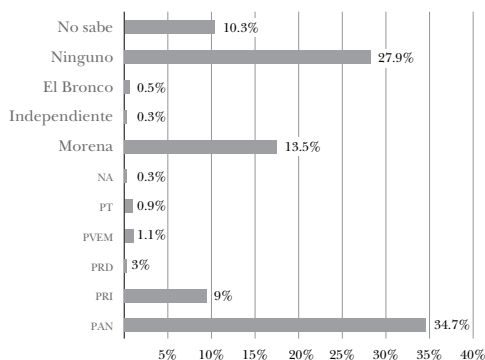


Fuente: Díaz Jiménez, 2018.

Paralelamente, tras el declive que ha ido teniendo el PRI, el PAN ha podido rejuvenecer la identificación con los electores. “Para el caso del PAN el porcentaje de correspondencia entre padres (ambos) e hijos es también alto: prácticamente 7 de cada 10 jóvenes panistas tam-

bién se identifican con este partido” (Aguilar López, 2017, p. 177). Para dar un ejemplo gráfico de qué tan intensa es la identificación partidista que existe en Guanajuato con el blanquiazul, en la figura 6 se muestra cómo es el nivel de partidismo entre los jóvenes.

*Figura 6. ¿Con cuál partido se identifica más?*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años de Guanajuato.

En 2018, de los jóvenes guanajuatenses 34.7% se identificó con el PAN; en segundo lugar, Morena con 13.5%, es decir, casi un tercio de lo que tuvo el PAN, lo que señaló un dominio del PAN con gran ventaja sobre los demás partidos políticos. También se refleja el alto porcentaje (27%) de los apartidistas, y la tendencia va en aumento.

## *Desafección*

Anteriormente, una de las variables que gozaba de mayor poder explicativo para estudiar el comportamiento electoral era la identificación partidista, es importante destacar que esta variable ha ido perdiendo su fuerza de influencia y de predicción en el voto.

Una de las problemáticas, que ha estado latente cada vez más, en las democracias latinoamericanas y por ende en México es que se descalifica la democracia como régimen y se desaprueba su calidad. Lo que ha dado como resultado que los ciudadanos se muestren poco interesados en la política y los asuntos públicos, provocando que los niveles de participación política disminuyan. “Por lo tanto, la ausencia de interés indica un distanciamiento entre el mundo de la política y los electores, pero no necesariamente un rechazo de éstos hacia la política” (Anduiza y Bosch, 2012, p. 128).

Con base en datos del Latinobarómetro (2018), el apoyo a la democracia en Latinoamérica en 2018 fue de tan sólo 48 %, y en el caso de México hay una disminución significativa de esta aprobación, pues tan sólo en dos años, de 2016 a 2017, se presentó un declive de 10 puntos, es decir de 48 a 38 puntos en relación con el apoyo de la democracia; en 2018 continuó en esos niveles (38), estable pero en un rango bajo.

Este sentimiento de apatía al régimen democrático tiene diversas expresiones, como el distanciamiento por parte de los ciudadanos ante las instituciones, par-

tidos políticos y actores o figuras políticas y una evidente desafección política que va en aumento. Entiéndase ésta como “la sensación subjetiva de impotencia, cinismo y falta de confianza en los procesos de representación, en los políticos y en las instituciones democráticas, sin cuestionar el régimen” (Torcal, 2012, citado en Díaz Jiménez, 2018, p. 112).

La satisfacción, a su vez, indica si un determinado gobierno está siendo aprobado o no por la calidad de su desempeño y cómo es evaluado por parte de los ciudadanos. Si los ciudadanos se sienten satisfechos hay mayores probabilidades de que participen en la política, de que se acerquen a las urnas a emitir su voto.

Con datos del *Informe* de Latinobarómetro (2018), se refleja cómo México se siente poco satisfecho con el funcionamiento de su democracia, obteniendo tan sólo 16 puntos, además la mayoría considera que el país no se encuentra en una democracia plena. Este desencanto de la democracia va en aumento y ocasiona que los ciudadanos no se sientan representados, se alejen y la desafección política vaya en crecimiento.

Por otro lado, los votantes, al considerar de manera generalizada muy corrupto el sistema político, deciden ser apáticos frente a éste, desentenderse del asunto público y, por tanto, no participar electoralmente. Anduiza y Bosch (2012) argumentaban que, si se tenía una visión positiva de los partidos, las personas participaban más en las elecciones que aquellas que creen que todos los partidos son iguales y sólo dividen a la sociedad.

## *Ideología*

La competencia electoral está llena de símbolos y significados. En la dimensión ideológica, después de tantos debates acerca de la concepción de *ideología*, Luciano Gallino la define en su *Diccionario de sociología* como:

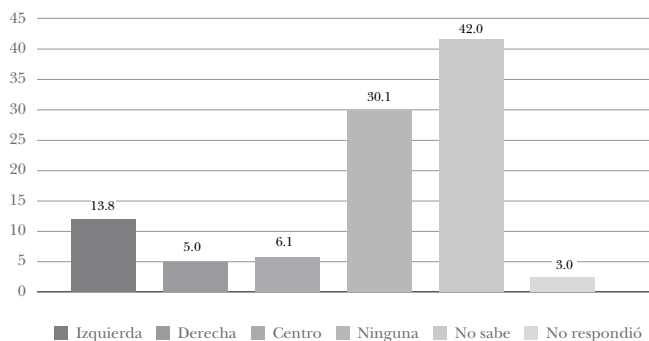
conjunto de valores, creencias en parte ciertas en parte falsas, opiniones, actitudes ... compartido en diversa medida por los miembros de una clase social, un grupo de interés, una élite, una profesión, un partido, que tiene la función principal de describir, explicar y sobre todo justificar para sí y para los demás la posición o el status presente ... o bien las acciones dirigidas a mejorarlo (citado en Moreno, 2015, p. 504).

La ideología vista en dos extremos, derecha e izquierda, son valores políticos que permiten ubicarse ideológicamente y detectar a los partidos que congeñen con esta ideología. “La izquierda sería aquel valor político (o ideología) que pretende una mayor implicación del Estado en la economía y en la sociedad. La derecha se define en oposición a aquélla” (Anduiza y Bosch, 2012, p. 203).

Sin embargo, parte del electorado no sabe ubicarse dentro de esta escala ideológica por lo que puede representar un problema al momento de decidir su voto, ya que hay una deficiencia para distinguir entre las opciones políticas y existe poca o nula articulación entre ciudadano y partido político. “Se ha visto que la ausen-

cia de identificación partidista y de movilización cognitiva sería la principal causante de la escasa —aunque todavía significativa— parte de la población de votantes mexicanos que no se ubican o no utilizan la escala” (Meixueiro y Moreno, 2014, p. 116).

*Figura 7. En política se menciona mucho la izquierda-derecha, ¿con cuál de ellas se identifica más?*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años de Guanajuato.

Precisamente en la figura 7 se puede observar cómo se ubican los jóvenes de Guanajuato en cuanto a su posición ideológica. El mayor porcentaje (42 %) es el que no sabe si es de derecha o izquierda, es decir, hay un desconocimiento en relación con este tema y, por ende, con reconocer si un partido o sus propuestas son de derecha o izquierda. En cuanto al dilema de izquier-

da-derecha, 13.8 % de los jóvenes guanajuatenses pertenece a la izquierda y, por debajo de la mitad, 5 % a la derecha. Este dato sorprende al saber que Guanajuato es un estado conservador, y que, a pesar de ese 13.8% de izquierdistas, Morena y el PRD no tienen una fuerte presencia en el estado.

Y, aunque hay más jóvenes de izquierda, parece ser que guían su voto en función al partido más que por la ideología, es decir, el partidismo (en este caso el panismo) no se ve tan afectado por la ideología, que pasa a ser una variable menos relevante. Además, la capacidad de ubicarse ideológicamente requiere un nivel más alto de sofisticación política, ya que aquellos que se interesan por la política se informan y adquieren, a su vez, un mayor compromiso cívico.

El PAN se ha caracterizado por situarse a la derecha en la dimensión ideológica y ser el partido más conservador, por lo que sus ideales han congeniado muy bien en Guanajuato. Por mencionar un dato, aproximadamente 95 % de la población del estado pertenece a la religión católica. “Pero aun así, los rasgos culturales de Guanajuato serán determinantes en la estructuración política que tiene lugar en ese estado y, entre ellos, debe destacarse el factor religioso” (Martínez Assad, 1997, p. 368).

La tradición conservadora de los guanajuatenses ha garantizado un entorno político poco cambiante, que ha permitido que se fortalezcan los valores políticos de derecha y, además, que la élite política se mantenga constante, sin ser perturbada o amenazada por la ideo-

logía de izquierda. “Hablamos aquí de un conservadurismo popular, elemental, casi telúrico, que ha permitido al abajeño y al serrano guanajuatense construir una identidad y un referente que les permite interpretar su entorno social inmediato y vincularse con la sociedad nacional” (Rionda, 1997, p. 4).

Otro aspecto clave es el sector empresarial, representado principalmente por el corredor industrial del Bajío y que actualmente es de las principales regiones que más atraen inversión extranjera. Hay una íntima relación entre lo político y lo económico, por lo que se ha despertado la inquietud de grandes empresarios en participar en asuntos políticos.

Con respecto a los grupos en el poder, es de gran relevancia el hecho de que en Guanajuato y, especialmente en León, se registró un movimiento empresarial neopartista que seguía a la figura del sinaloense Manuel J. Clouthier. Su liderazgo en la región se vio fortalecido ante sus protestas en 1988 por el fraude electoral en Guanajuato (López Levi, 2002).

Alejandro Moreno (2018)<sup>8</sup> analiza cómo, a lo largo de cuatro elecciones presidenciales de los años 2000, 2006, 2012 y 2018, el votante mexicano se ha ido polarizando cada vez más. Él demuestra que tanto en las elecciones de 2006 como en las de 2012 había una am-

<sup>8</sup> Véase la ubicación promedio de los muy partidistas en la escala de izquierda-derecha en Moreno, 2018.



plia distancia entre el partido de derecha, el PAN, y el de izquierda, el PRD.

En contraste con las elecciones de 2018, donde el PRD y el PAN van juntos en la Coalición “Por México al Frente”, lo que provoca que se aproximen uno al otro hacia el centro y, además, ocasionando que los simpatizantes del PRD ya no lo vieran como una opción creíble ni viable que representara realmente a la izquierda.

Por lo que el PRD es reemplazado por el surgimiento de Morena, que se posiciona como el partido de izquierda, activando de esta manera el voto ideológico de los votantes que se consideran izquierdistas y atrayéndolos a votar por Morena, lo que ocasiona que se pierda un poco la identificación partidista.

Si bien es cierto que la fragmentación de la izquierda después de la elección de 2012 y el surgimiento de Morena en 2015, como una opción más a la izquierda del PRD en el espectro ideológico, parecen haber contribuido a una mayor polarización del sistema de partidos, los datos muestran que la tendencia hacia una mayor diferenciación ideológica entre las diferentes fuerzas partidistas parece haber ocurrido durante el periodo de 1997 a 2009 (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019, p. 105).

Una vez revisados los factores de largo plazo, se procederá a analizar los factores de corto plazo.

## Factores de corto plazo

En esta sección se analizarán diversos factores de corto plazo, como las campañas, sus mensajes, la imagen y atributos de los candidatos, así como los temas de interés de la opinión pública.

### *Campañas*

Las campañas son un proceso complejo que surge durante la competencia político-electoral para brindar información y movilizar al electorado. Con el tiempo las estrategias y sus actores centrales han ido cambiando. “Las campañas electorales cumplen diversas funciones relevantes en las democracias contemporáneas al incrementar el flujo y los niveles de información e interés político de las personas sobre diversos temas relevantes de políticas públicas” (Díaz Jiménez y Muñiz, 2017, p. 223).

Con el acelerado desarrollo de los medios de comunicación y con el uso del *marketing* y sus técnicas, las campañas electorales se encuentran en su etapa posmoderna, es decir, son más profesionales y competitivas. La comunicación política cada vez más segmentada y focalizada es uno de los ejes de las campañas modernas. Según Mazzoleni (2010), “es el producto del intercambio entre tres actores del espacio público, a saber: el sistema político, el sistema de medios y los ciudadanos electores” (p. 51).

Dicho intercambio se ha intensificado en las sociedades posindustriales, en aquéllas donde el sistema de

medios es un elemento crucial no sólo para el discurso político, sino para la persuasión de éste sobre los electorados. En el siglo xx podemos observar cómo el sistema de medios fue evolucionando, paralelamente con la manera y esencia de hacer campañas electorales.

La forma y el contenido de las campañas políticas ha ido evolucionando. Las campañas modernas surgieron en la década de 1950 en Estados Unidos, distinguiéndose por una profesionalización estratégica y una centralización en la personalidad del candidato, es decir, a los partidos políticos se les restaba importancia. A este fenómeno se le conoce como la *americanización* (aunque se han propuesto otros términos, como *profesionalización* o *hibridación*).

Esta profesionalización de las campañas ha ayudado a que la información sobre el proceso electoral llegue a una audiencia mayor, ya que se hace uso de los medios masivos de comunicación y, recientemente, de los electrónicos y las redes sociales (*media-intensive*), que logran masificar los mensajes y discursos políticos. Con el internet, se da una reestructuración en las campañas y en sus objetivos, la comunicación política se torna más horizontal, el centro de atención se va desplazando de los partidos políticos a la imagen individual del candidato y sus propuestas.

Sin embargo, hasta las elecciones presidenciales de 2012 se ve un mayor y sofisticado uso de las nuevas tecnologías en las estrategias de campaña.

No es sino a partir de la elección federal de 2012 que quizás se puede empezar a hablar de una verdadera posmodernización de las campañas. En dicha contienda electoral los candidatos presidenciales de los principales partidos políticos hicieron un uso intensivo de sofisticadas técnicas de *marketing* político y de investigación de la opinión pública, de consultores profesionales, medios de comunicación de masas, así como de Internet y especialmente de las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, etc. (Díaz Jiménez, 2017, p. 33).

En las elecciones presidenciales de 2018, las redes sociales presenciaron mayor participación en los debates acerca del proceso electoral. Se mostró un alto ciberactivismo en las redes sociales, como en Facebook y Twitter. “Con el desarrollo de nuevas tecnologías digitales, las formas tradicionales de participación política han cambiado al adaptarse a las necesidades e intereses de los jóvenes actuales, así como a las múltiples herramientas tecnológicas que se tienen a la mano” (Ollin, 2018, p. 40).

Un análisis realizado por Brandwatch, recuperado por Forbes México durante la jornada electoral, se centró en mostrar el nivel de presencia y discusión que tuvieron los candidatos a la Presidencia en las redes sociales. La conversación en las redes alcanzó poco más de 1.8 millones de menciones e interacciones. El candidato que fue mayor tema de discusión en el espacio digital fue Andrés Manuel López Obrador, siendo clasificado

con 129 133 menciones (78.57%)<sup>9</sup> durante la jornada electoral, liderando una marcada preferencia por los usuarios de las redes sociales.

La cuestión ahora es ¿cómo fueron las estrategias de cada candidato y su equipo en la campaña presidencial de 2018, a qué tácticas recurrieron? El PRI, al ser el partido longevo y que cuenta con una amplia estructura electoral nacional y más fuerte que los demás partidos, se ha confiado demasiado en ello, por lo que continúa enfocando sus campañas más en el apoyo tradicional, es decir, en sus bases sociales y el clientelismo.

Andrés Manuel López Obrador apostaba por las campañas de tierra, sin embargo, en estas elecciones su equipo de campaña tuvo una mayor profesionalización, por lo que su modelo fue más bien híbrido, combinando recursos del *marketing* político y las nuevas estrategias de comunicación política con la gira electoral tradicional para lograr un fuerte lazo entre el candidato y el electorado.

El PAN, como se ha caracterizado en otras elecciones, es el partido que más ha profesionalizado y sofisticado sus campañas electorales, realizando diversos estudios de opinión pública y recurriendo a grandes consultores políticos. En las elecciones de 2018 el candidato Ricardo Anaya iba de la mano con las técnicas de

<sup>9</sup> Porcentajes de la conversación que hubo en las redes sociales: José Antonio Meade obtuvo 9.21 %, Ricardo Anaya 7.13 % y el candidato independiente Jaime Rodríguez 5.09 % (Vázquez, 2018).

*telemarketing*, con las cuales aprovechaba para abrir conversación con los jóvenes. Es importante destacar que su equipo de campaña era relativamente joven, sin embargo, no logró conectar con dicho grupo o transmitirlo de forma efectiva.

Con 39 años apenas cumplidos, el panista fue el candidato presidencial de menor edad desde 1958. Cuando apenas se destapó para el cargo, llegó acompañado de un grupo de jóvenes que promediaban 30 años, aunque algunos ya llevaban un tiempo trabajando con él. Su secretario particular tenía 33, el que organizaba sus giras de precampaña, 31, y en el equipo de logística había personas de 25 (Ollin, 2018, p. 50).

### *Imagen de los candidatos*

La personalización de la política, uno de los efectos que trae consigo la mediatización, se refiere a la construcción del político enfocándose más en su persona y peculiaridades que como miembro de un partido o representante de alguna ideología. Esta forma de hacer campañas se fue extendiendo paulatinamente hasta que México lo fue adoptando poco a poco, pero a distinto ritmo dependiendo de la organización interna de cada partido político, del uso de *marketing* político y del grado en el cual se recurría a los medios de comunicación. ¿Qué tan influyente fue en los jóvenes este factor en la elección presidencial de 2018?

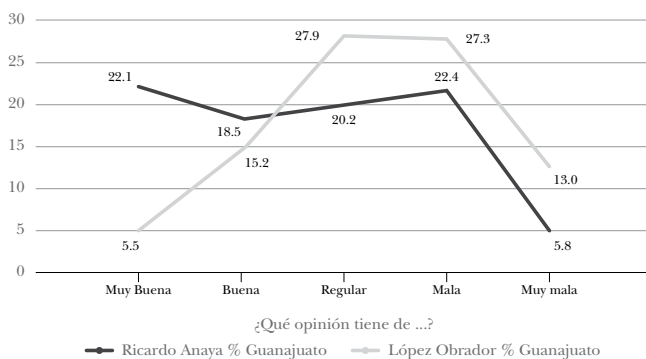
Con base en el *Diccionario enciclopédico de comunicación política* (2017), hay dos dimensiones que tiene la imagen de una figura pública, en este caso de un candidato presidencial, las cuales son:

por un lado, es una construcción mental y la representación de ese actor en la mente de la audiencia, y por el otro, es el conjunto de atributos visibles y los mensajes que ese actor proyecta o transmite de la audiencia (Imagen del candidato, párr. 1).

Los estrategas de las campañas modernas afirman que el candidato es uno de los elementos más importantes. “En general, los candidatos atractivos son aquéllos en quienes los votantes ven las cualidades que desean ver en los funcionarios públicos” (Chihu Amparán, 2011, p. 46).

En las figuras 8 y 9 se observa cómo evalúan los jóvenes, tanto a nivel nacional como en el estado de Guanajuato, a los dos principales contendientes por la Presidencia, Ricardo Anaya y Andrés Manuel López Obrador.

Figura 8. *Qué opinión tiene del candidato (Guanajuato)*

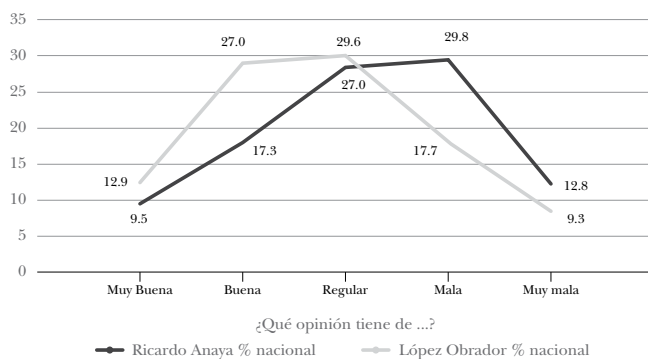


Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

En el estado de Guanajuato, Ricardo Anaya fue quien tuvo una mejor imagen obteniendo 22.1 % calificada como “Muy buena”, ganándole en esa categoría por más de 15 puntos a López Obrador. De manera contraria, éste tuvo mayor porcentaje en las opciones negativas de “Mala”, 27.3 %, y “Muy mala opinión”, 13 %.



Figura 9. *Qué opinión tiene del candidato (nacional)*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

La situación cambia con los datos de los jóvenes a nivel nacional, donde es ahora Andrés Manuel quien logra los mayores porcentajes en una opinión positiva: “Muy buena” obtiene 12.9 %; “Buena”, 27 %; y “Regular”, 29.6 %. En cuanto a “Mala” y “Muy Mala opinión”, es Anaya el candidato peor percibido. Comparando la opción de los datos del estado de Guanajuato y los nacionales, éstos son completamente distintos, ya que a nivel Guanajuato Anaya tiene mejor imagen, pero a nivel nacional es Andrés Manuel. Lo que refleja el respaldo del que gozaba el candidato del blanquiazul en la entidad.

Las percepciones que tienen los ciudadanos sobre los candidatos, es decir, de su persona (conductas, apa-

riencia física, porte), son de gran relevancia para decidir el voto. “Esa percepción es el resultado de la interacción entre el conocimiento subjetivo poseído por los electores y los atributos proyectados por el candidato a partir de los mensajes políticos” (Chihu Amparán, 2011, p. 48).

Uno de los principales propósitos de las campañas es que se eleve el nivel de reconocimiento hacia los candidatos, esto refleja que sean identificados por algo en particular y que ganen popularidad entre el electorado. “Los presidentes pueden utilizar su popularidad, entre otras cosas, para promover sus políticas, sus propuestas de legislación o para justificar sus acciones. Algunos han descrito dicho uso como un gasto estratégico del apoyo popular” (Kernell, 1993, citado en Moreno, 2009).

En las elecciones de 2018, sin duda, Andrés Manuel López Obrador era el que contaba con mayor popularidad a nivel nacional. Haber sido candidato anteriormente por dos ocasiones le dio un poco de ventaja, ya que era el candidato más reconocido, mientras que los demás candidatos eran conocidos casi sólo en los estados en donde gobernaba el partido al que pertenecían.

### *Atributos de la imagen*

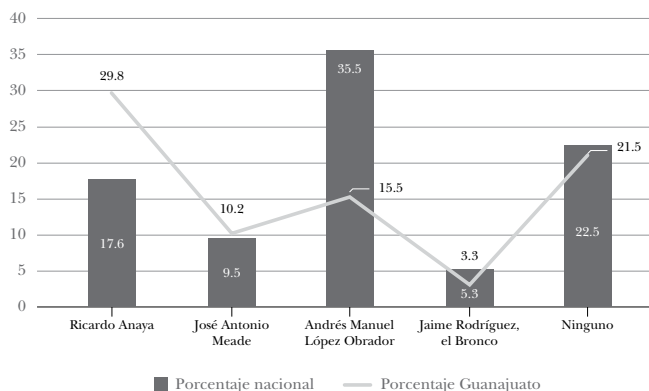
La imagen que tengan los electores de los candidatos puede ser positiva, negativa o asociarse con determinado tema. Por ejemplo, la imagen de Meade era de alguien con experiencia dentro de la administración

pública; pero, al ser del PRI y no mostrar liderazgo, los resultados no le eran favorables. Ricardo Anaya reflejaba a alguien joven e innovador; pero a lo largo de la campaña se fue deteriorando su imagen debido a los escándalos de corrupción, lo que ocasionó, incluso, que bajara puntos en las encuestas.

Se ha desarrollado un modelo estadístico para estimar cuál es la influencia de los candidatos sobre los resultados electorales de sus partidos y qué podemos atribuir personalmente a ellos más allá de otros factores que se pueden mezclar; por ejemplo, la posición ideológica de sus partidos o la acción política de sus gobiernos (Anduiza y Bosch, 2012, p. 255).

El liderazgo de López Obrador y su discurso antisistémico fueron variables que le dieron ventaja y ayudaron a que su imagen fuera favorable para los ciudadanos. Su imagen mejoró mucho en comparación con la que se tenía de él en las elecciones de 2006. “El episodio de cállate chachalaca fue reproducido en anuncios publicitarios pagados por el PAN, en los que a López Obrador se mostraba como una persona autoritaria e intolerante” (Moreno, 2009, p. 227). En la elección de 2018 se percibía como un candidato más moderado, que no caía en provocaciones de sus contrincantes y controlaba sus impulsos, su imagen es más alineada y al vestir trajes típicos transmite inclusión, lo que le permite llegar a otros sectores y diferenciarse del típico político formal.

*Figura 10. De los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que le genera más confianza?*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

En la figura 10, se observa cómo son los altos niveles entre los jóvenes a nivel nacional que presentó Andrés Manuel López Obrador (35.5%) frente a la pregunta “De los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que le genera más confianza?”. Lo que refleja que era percibido como una persona honesta, que cumpliría sus propuestas de campaña y que, por ende, era la mejor opción.

Sin embargo, limitando la pregunta a sólo jóvenes del estado de Guanajuato, la preferencia por López Obrador se reduce a casi un tercio, mientras que Anaya se eleva de 17.6% (porcentaje nacional) hasta 29.8% entre los jóvenes guanajuatenses. Rectificando nueva-

mente el apoyo que tiene el panista en la entidad. En cuanto a Meade, no hubo una variación significativa.

### ***Exposición a medios***

Los medios de comunicación cumplen con un papel esencial durante el proceso electoral, ya que por medio de ellos es posible que exista un conocimiento sobre los candidatos a un puesto público, a los partidos políticos y a las propuestas realizadas en campaña. Conforme a Buendía (2000), “generalmente las campañas presidenciales representan una oportunidad para romper con el gobierno en turno y al mismo tiempo para hacer hincapié en los cambios que una nueva administración traerá con ella” (p. 344).

Mazzoleni explica que la comunicación política puede reproducirse en distintas formas y dependiendo de los flujos de dirección se da el resultado de tal interacción comunicativa. Por ejemplo, del flujo que va del sistema político al ciudadano-elector adopta tres principales formas: la comunicación política e institucional, el contacto personal y la propaganda-publicidad.

En los comicios de 2018, se presencié más el tipo de propaganda-publicidad que, con base en Mazzoleni (2010), se refiere:

cuando los partidos o candidatos se dirigen a la opinión pública o al electorado para convencerlos de la bondad

de sus propuestas y solicitar su aprobación: esta forma de comunicación transita tanto por los canales de la comunicación de masas como por los nuevos medios o los instrumentos de *marketing* (p. 33).

Cada coalición de las elecciones de 2018 tuvo derecho a un determinado número de *spots*. Éstas fueron las elecciones más costosas de México y las que más *spots* tuvieron, con 26 879 040 *spots* durante la campaña, 17 919 360 en las precampañas y 17 738 176 *spots* en las intercampanas, es decir, 59 731 200 *spots* difundidos durante todo el proceso electoral federal (incluyendo los locales concurrentes).<sup>10</sup> Con datos del INE (2018), el partido que obtuvo más *spots* durante la campaña electoral, que abarcó del 30 de marzo al 27 de junio, fue el PRI con 5.7 millones, le sigue el PAN con 4.3 millones de *spots* y, por último, Morena con 2.1 millones de *spots*.

Cabe señalar que, dentro de esta gama de *spots*, muchos de ellos fueron catalogados como negativos, porque se centraban en destacar aspectos y cualidades negativas de otros candidatos que en señalar los *issues frame*. Incluso hay *spots* que, aunque no tengan el objetivo de causar escándalos políticos, son considerados como negativos, porque son mal percibidos por la audiencia debido a su exagerada transmisión o su falta de estrategia o mal diseño.

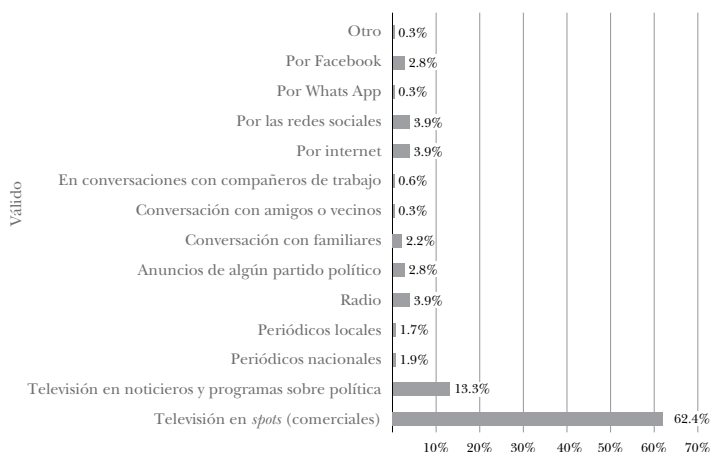
<sup>10</sup> De los 59 731 200 *spots* del proceso electoral federal y los locales concurrentes, 23 218 944 fueron transmitidos por televisión y 35 317 632 por radio, por último, 1 194 624 *spots* fueron de reflexión y jornada electoral (INE, 2018).

Una de las teorías que explican el comportamiento de los medios y las campañas es la *media malaise*, traducida como malestar mediático. Que fundamenta que “la exposición a medios de comunicación en general ... así como a medios de campaña que implican personalización y negatividad ... tienen un impacto negativo en el compromiso cívico y producen desafección política, entendida como un creciente cinismo” (Díaz Jiménez, 2017, p. 234).

Se puede observar que esta exposición a medios no fue determinante en estas elecciones, ya que el partido ganador fue Morena, cuya coalición fue la que menos *spots* tuvo (seguida del candidato independiente).

En la figura 11, se hace un comparativo de los medios de comunicación para saber a cuál recurren los jóvenes guanajuatenses para informarse acerca de la vida política, en particular sobre el proceso electoral de 2018. Se observa que la televisión sigue siendo el medio dominante con los *spots* (62.4 %) que transmite durante las campañas, y aunque han tenido impacto los medios electrónicos y las redes sociales (3.9 %) aún están muy por debajo de la televisión como medio de información. “La expansión de los medios de comunicación en las sociedades, en particular los electrónicos, ha derivado en el predominio de la televisión y en menor medida de la radio como fuentes primordiales de información política” (Moreno, 2009, p. 214).

*Figura 11. ¿A través de qué medio se ha enterado de lo que pasa en esta campaña presidencial 2018?*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años de Guanajuato.

### ***Temas de campaña***

Como parte de los factores de corto plazo, se encuentra el posicionamiento de los candidatos respecto a un tema de interés durante las campañas electorales, es de gran relevancia la manera en la que se comunican, en dónde lo hacen (la región) y las emociones que logran despertar en el votante con la finalidad de apoderarse del tema que esté en boga.



Diversos estudios sobre el caso mexicano muestran que las comunicaciones de campaña influyen de manera significativa en los estándares con los que los votantes evalúan a los gobiernos y a los candidatos a través del énfasis en temas particulares, tales como la economía (un proceso llamado *priming*) (Díaz Jiménez y Vivero Ávila, 2014, p. 44).

Se ha definido “el *framing* como la proyección de un tema de campaña que constituye la base del apoyo político” (Artenton, 1987, citado en Chihu Amparán, 2011, p. 49). Los temas de campaña son expuestos y repetidos en los discursos y *spots* políticos de los candidatos, ya que es la información política que se hace llegar a los electores y que los candidatos usan para hacerse diferenciar de sus contrincantes y promocionar sus tópicos políticos.

“La mayoría de las personas no expresan sus gustos y disgustos acerca de los candidatos, pero creemos que la mayoría de las personas tienen puntos de vista sobre los temas que son importantes para ellos y cómo los partidos y los candidatos difieren en estos temas” (Dalton, 2014, p. 207). El tema que por años ha sido el más competido, siendo de las principales prioridades y preocupaciones de los ciudadanos, es el económico. Aunque es cierto que han surgido nuevos asuntos que se busca que lleguen a la agenda de gobierno y que los candidatos a la Presidencia usan para atraer a los votantes.

De acuerdo con Cuna Pérez (2012), “en la actualidad, las preocupaciones de los jóvenes mexicanos son el desempleo y la pobreza, la inseguridad (las tres fueron

las temáticas más importantes para el gobierno de Felipe Calderón), la educación, la salud, el futuro” (p. 110). Los temas/*issues* no son estables, dependen del contexto político, económico y social que se esté viviendo para priorizarlos y el debate que se genere de éstos puede causar un gran impacto en los ciudadanos.

El voto temático (o *issue voting*) asume tres condiciones mínimas:

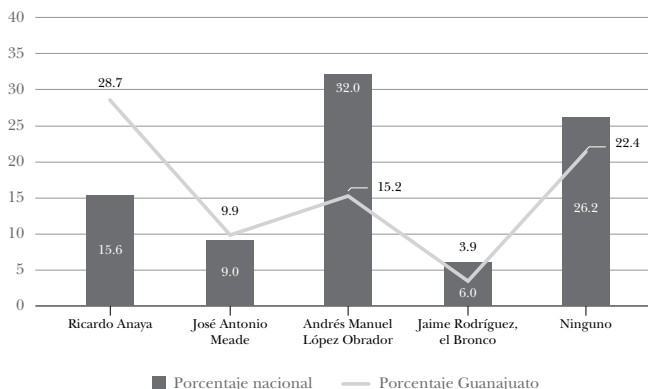
- 1) El ciudadano tiene una opinión sobre un determinado debate político, ya sea la política de vivienda, una guerra en un país remoto, los impuestos, etcétera.
- 2) El ciudadano está interesado en ese asunto, es decir, le resulta relevante.
- 3) El ciudadano conoce la posición que uno o varios partidos mantienen sobre ese tema (Anduiza y Bosch, 2012, p. 246).

En estas elecciones de 2018, cada candidato se esforzó por posicionarse en un tema en particular, pero no todos lograron hacerlo, ya que la credibilidad de éstos, su partido y la manera de transmitirlo está de por medio. En relación con el tema de los jóvenes, a pesar de ser el candidato de mayor edad, solamente Andrés Manuel logró incluirlos en sus discursos de manera efectiva, haciendo énfasis en sus programas, como el del apoyo económico mensual que les daría a los ninis. “La palabra jóvenes aparece en 110 ocasiones a lo largo de las 460 páginas de su Plan de Nación” (Ollin, 2018, p. 52).

Meade no logró hacer verdadero clic con los jóvenes. Y Ricardo Anaya “tuvo gestos que fueron interpretados como juveniles, tal como tocar instrumentos musicales o escalar una vez por la estructura de uno de sus temples. Pero el tema quedó prácticamente fuera de su discurso y promesas de campaña, igual que con la mayoría de políticos” (Ollin, 2018, p. 50).

Asimismo, Andrés Manuel se posicionó con el tema de anticorrupción y lo repetía en cada uno de sus discursos, y a pesar de que el candidato por el PAN, Ricardo Anaya, quería utilizar y posicionarse también con el tema del combate a la corrupción no logró hacerlo y no era percibido como alguien creíble respecto a esta temática. En la figura 12, a partir de la interrogante “¿Quién cree usted que reduciría la corrupción?”, se aprecia que López Obrador con 32 % fue percibido entre los jóvenes a nivel nacional como la mejor opción respecto a esta temática y que además rebasaba por la mitad a sus contrincantes, confirmando así su posicionamiento en el tema frente al combate a la corrupción.

*Figura 12. De los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que reduciría la corrupción?*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

Pero al hacerlo entre los jóvenes del estado de Guanajuato, el efecto no es el mismo, ya que Anaya toma ahora la delantera frente al tema con 28.7%, casi el doble ahora de lo que obtuvo López Obrador (15.2%), de quien se redujeron sus cifras considerablemente a la mitad en comparación con los resultados nacionales.

Erradicar la corrupción no es un asunto de leyes sino de voluntad política. Vamos a limpiar el gobierno de corrupción de arriba para abajo, como se barren las escaleras. Claro está que se van a necesitar algunas pequeñas reformas, por ejemplo, aquellas orientadas a suprimir fueros y privilegios, y a que el Poder Judicial, y no el Ejecutivo

vo como ahora, sea el que sancione y castigue a quienes cometan actos de corrupción (López Obrador, citado en INE, s. f.).

Por otro lado, el candidato por el PRI, José Antonio Meade, se basó en su experiencia dentro de la administración pública para centrar el tema de sus discursos, exponiendo su trabajo en distintas dependencias. A pesar de ello no pudo hacer una fuerte conexión con el electorado, que lo veía con poca filiación partidista, con el lastre de los malos resultados y la mala reputación del PRI.

Y el candidato independiente, Jaime Rodríguez, el Bronco, se posicionó con el tema de que los partidos políticos son el mal de México, que era distinto a los demás por ser independiente, pero es evidente que no tuvo éxito, pues, aunque representaba una inconformidad por parte de los ciudadanos, no era un tema de gran exigencia en ese momento y era poco conocido entre los electores.



## UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO

### **Variables y el voto presidencial en 2018**

En las elecciones presidenciales de 2000, 2006 y 2012, el tercer lugar fue ocupado por partidos políticos diferentes, y a su vez separado por una gran brecha del primer lugar. En la elección de 2018 ese alejado tercer lugar fue nuevamente para el PRI (como en las elecciones de 2006 con Roberto Madrazo).

Como se puede apreciar, la conducta electoral en México se muestra cada vez más volátil, lo que vuelve más complicado la predicción en los procesos electorales. ¿Cuáles son las razones o motivaciones del votante joven que pueden explicar su comportamiento electoral? Se realizó la siguiente tabla multifactorial para analizar cómo es que influyeron las distintas variables en las preferencias electorales de 2018 especialmente en los jóvenes guanajuatenses de entre 18 a 29 años de edad.

De la teoría sociológica del voto, se van a recuperar las variables de sexo, edad, educación, religión y nivel socioeconómico, representadas en la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes 2018, con datos limitados a Guanajuato, que es el estudio de caso.



*Tabla 2. Variables que influyeron en la preferencia electoral en 2018*  
*VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS*

Variables sociodemográficas	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Meade Kuribreña (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)
<b>Sexo</b>				
Masculino (48.07 %)	48.0 %	17.1 %	26.8 %	7.3 %
Femenino (51.93 %)	61.8 %	13.0 %	20.6 %	4.6 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>
<b>Edad</b>				
18-19 (21.82 %)	63.8 %	14.9 %	14.9 %	6.4 %
20-24 (40.06 %)	51.9 %	13.0 %	29.6 %	4.6 %
25-29 (38.12 %)	54.5 %	17.2 %	21.2 %	7.1 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>
<b>Educación</b>				
Básica (42.27 %)	47.6 %	20.0 %	26.7 %	4.8 %
Media (45.58 %)	59.3 %	11.5 %	25.7 %	3.5 %
Superior (12.15 %)	63.9 %	11.1 %	8.3 %	16.7 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>

Variables sociodemográficas	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Meade Kuribreña (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)
<b>Religión</b>				
Católica (88.9%)	58.4%	13.3%	23.0%	4.9%
Otra (11.05%)	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%
<b>Total</b>	<b>55.1%</b>	<b>15.0%</b>	<b>23.6%</b>	<b>5.9%</b>
<b>Nivel Socioeconómico</b>				
A/B (9.1%)	73.1%	11.5%	11.5%	3.8%
C+ (12.4%)	64.5%	6.5%	19.4%	9.7%
C (19.3%)	51.0%	12.2%	30.6%	6.1%
C- (21.8%)	52.5%	16.4%	26.2%	4.9%
D+ (11%)	56.7%	13.3%	26.7%	3.3%
D (23.5%)	52.1%	18.8%	22.9%	6.3%
E (2.8%)	22.2%	44.4%	11.1%	11.1%
<b>Total</b>	<b>55.1%</b>	<b>15.0%</b>	<b>23.6%</b>	<b>5.9%</b>

Variables de actitudes políticas	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Meade Kuribreña (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)
<b>Ideología</b>				
Izquierda (13.81 %)	39.1 %	2.2 %	54.3 %	4.3 %
Derecha (4.97 %)	68.8 %	12.5 %	12.5 %	6.3 %
Centro (6.08 %)	68.4 %	21.1 %	10.5 %	0.0 %
Ninguna (30.11 %)	58.7 %	20.0 %	14.7 %	6.7 %
No sabe (41.99 %)	52.2 %	17.4 %	21.7 %	7.6 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>
<b>Partidismo</b>				
PAN (34.7 %)	92.6 %	4.1 %	2.5 %	.8 %
PRI (9 %)	6.5 %	83.9 %	3.2 %	3.2 %
Otros (3.1 %)	0.0 %	22.2 %	44.4 %	33.3 %
Morena (13.5 %)	8.9 %	2.2 %	88.9 %	0.0 %
Ninguno (27.9 %)	42.1 %	7.9 %	28.9 %	21.2 %
No sabe (10.3 %)	50.0 %	12.5 %	12.5 %	25.0 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>

Variables de actitudes políticas	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Meade Kuribreña (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)
<b>Evaluación al desempeño presidencial de Enrique Peña Nieto</b>				
Aprueba totalmente (1.66%)	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%
Aprueba algo (11.05%)	35.5%	45.2%	16.1%	3.2%
Ni aprueba ni desaprueba (5.25%)	80.0%	0.0%	10.0%	10.0%
Desaprueba algo (23.48%)	60.3%	14.7%	20.6%	4.4%
Desaprueba totalmente (49.45%)	57.4%	4.1%	32.0%	6.6%
<b>Total</b>	<b>55.1%</b>	<b>15.0%</b>	<b>23.6%</b>	<b>5.9%</b>

Nota: Los totales no son el resultado literal de la suma de las cifras de cada columna; son el porcentaje del universo de las variables respectivas.

Fuente: Elaboración propia con base en datos del estado de Guanajuato, a partir de El Colegio de México *et al.*, 2019. Se omiten los resultados de las opciones "Anularía mi voto", "El voto es secreto".

Como primera variable a analizar se encuentra el *sexo*; se puede observar que no tiene un peso tan significativo en las preferencias electorales, es decir, la diferencia de porcentaje entre mujer u hombre es mínima por lo que no es una variable que influya en gran medida en la decisión electoral. Sin embargo, sobresale el contraste que hay entre el voto femenino y el masculino, ya que las mujeres tuvieron una preferencia electoral por Anaya con 61.8 %, es decir, 13.8 % más que los hombres.

Tomando el caso del candidato López Obrador (quien ganó las elecciones en 2018) y haciendo un comparativo con sus pasados resultados electorales, se refleja que no tuvo un avance favorable respecto al voto femenino, el cual representa un reto para él, pues no ha logrado un fuerte respaldo de este sector y está por debajo del apoyo masculino (el cual se mantuvo). En las elecciones de 2006 y de 2012, con base en el estudio *The 2012 Presidential Election and What it Reveals about Mexican Voters*, realizado por Roderic Ai Camp (2013), sólo 29 % de las mujeres apoyaban a Andrés Manuel, ahora en 2018 el porcentaje de las jóvenes guanajuatenses que lo apoyaban fue de 20.6 %; mientras que Anaya obtuvo 61.8 %, siendo así el candidato que mayor preferencia electoral femenina logró ganar.

Respecto a la variable de *edad*, tanto jóvenes de 18 a 19, de 20 a 24 y de 25 a 29 años votaron por Ricardo Anaya con un total del 55.1 %. En la tabla 2 se observa que los jóvenes de 18 a 19 años votaron en su mayoría por el candidato del PAN, representando 63.8 %. Ricardo Anaya era

el candidato más joven y su partido, tomando esta característica como fortaleza, apostaba por él como la propuesta más atractiva para los jóvenes, y parece que logró causar ese efecto entre la juventud guanajuatense.

En la variable de *escolaridad* se tomaron en cuenta tres niveles: educación básica, media y superior, para considerar la intención del voto en relación con el grado de estudios. Es importante señalar que el PRI por varios años había capitalizado el voto en aquel sector que presentaba un mayor rezago educativo, su base electoral se caracterizaba por las personas con menor instrucción escolar, es decir, de educación básica (concluida o no). No obstante, en estas elecciones con el candidato José Antonio Meade, el PRI sólo obtuvo 20 % de preferencia electoral de las personas con educación básica, grupo que tradicionalmente era el fuerte del partido, perdiendo así gran parte de su apoyo. En contraste, Anaya arrasó dicho grupo con 47.6 % de las preferencias electorales, y con 59.3 % de los jóvenes que pertenecen a la educación media.

Así como en las elecciones pasadas, el perfil del votante que apoyaba a Andrés Manuel López Obrador, o en este caso de las personas que externaban ser partidarias o simpatizantes de Morena eran generalmente jóvenes con estudios universitarios. En las elecciones de 2018, López Obrador fue respaldado por 8.3 % de los jóvenes con educación superior, siendo superado con 63.9 % por su contrincante más cercano que fue Ricardo Anaya.

En cuanto a la variable de *religión*, era un tanto predecible que el electorado de derecha, identificado por presentar posturas católicas y, por ende, conservadoras, se inclinara por el PAN y tuviera preferencia electoral por Ricardo Anaya.

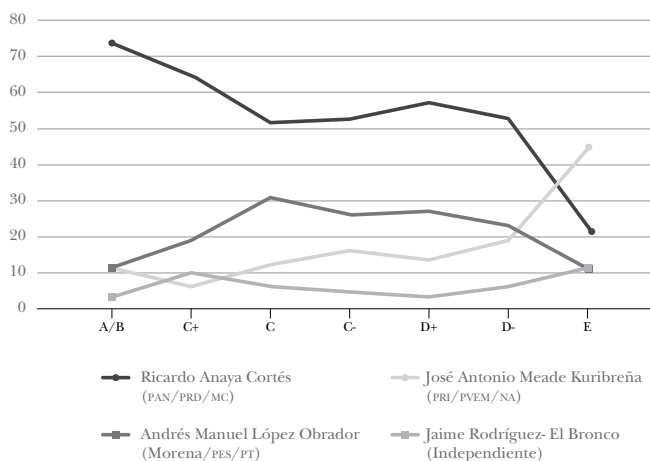
Los valores religiosos y la clara jerarquía que envuelve a las relaciones sociales han construido una cosmología coherente y funcional, que ha permitido que desde el siglo pasado las regiones guanajuatenses se caracterizaran por una mayor tranquilidad social relativa en comparación con las áreas convulsionadas del occidente, norte y sur del país (Rionda, 1997, p. 5).

Los datos demuestran tal aseveración, ya que el candidato de derecha, Ricardo Anaya, tuvo 58.4% de las preferencias electorales en los jóvenes que se consideran católicos, 23% fue para Andrés Manuel quien encabezaba un partido de izquierda.

En la variable de *nivel socioeconómico*, se observa cómo la élite panista, caracterizada por pertenecer a la clase alta, mostró preferencias electorales hacia su candidato Ricardo Anaya, es decir, en la clasificación de los niveles socioeconómicos tanto A/B con 73.1% y C+ con 64.5% apoyaron al blanquiazul. Los jóvenes guanajuatenses que pertenecen a la clase media (C) se inclinaron hacia Anaya con 51% y los de clase media baja (D+) también con 56.7%, sector en el cual Andrés Manuel obtuvo sólo 26.7%.

En la clase más baja (*E*) Meade, como candidato del PRI, mostró ventaja en las preferencias electorales con 44.4%, teniendo presente que esta parte de la población con mayores niveles de pobreza y menos escolarizada siempre ha sido un fuerte para el PRI. Es éste el único nivel socioeconómico en el cual Anaya no está como puntero en las preferencias electorales, ya que sólo tuvo 22.2%, la mitad de votos que tuvo Meade. Los de clase baja (*D-*) curiosamente tienen una inclinación hacia Ricardo Anaya con 52.1%, quitando una parte de ese apoyo que tradicionalmente era del PRI.

*Figura 13. Preferencia electoral por nivel socioeconómico*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta "No sabe" y "No respondió".



Las variables sociodemográficas no tuvieron una fuerte influencia en determinar el voto de los jóvenes guanajuatenses, con excepción de la educación y el nivel socioeconómico, donde se percibe que a mayor nivel socioeconómico y educación se refuerza la preferencia por Ricardo Anaya, candidato del PAN.

En relación con la variable *partidismo*, es razonable que se prefiera al candidato que representa al partido del cual se es militante o se tiene cierto grado de afinidad. En la figura 14 los datos confirman tal afirmación, por ejemplo, 92.6 % de los jóvenes panistas prefieren a Ricardo Anaya, mientras que los partidistas de Morena apoyan con 88.9 % a Andrés Manuel, en cambio para el PRI su candidato Antonio Meade alcanzó 83.9 % de las preferencias entre priistas. El PRD pese a ser un partido con seguidores tradicionalmente de izquierda, parece que el haber sido parte de la Alianza “Por México al Frente” con el PAN y tener además la figura de Andrés Manuel como principal exponente de izquierda como oponente, le trajo graves consecuencias. En las elecciones de 2018 el PRD atravesó su peor crisis, enfrentándose a una gran desbandada de partidarios que se refugiaron en Morena al encontrar ahí un verdadero proyecto de izquierda, además, dicho partido continuaba con inestabilidad y sufriendo una lucha interna de poder entre sus diversas corrientes.

En la tabla 3 se puede ver que, en los jóvenes guanajuatenses, el PRD no es una fuerza política importante, ya que los datos no arrojaron un porcentaje significativo

hacia tal partido y, por lo tanto, no es representativo. Tomando en cuenta a los jóvenes que no se identifican con ningún partido 42.1% prefieren a Ricardo Anaya, y si bien Jaime Rodríguez, el Bronco, se empeñó durante su campaña y en sus discursos a presentarse como candidato independiente y ajeno a los partidos políticos, sólo captó 21.2% de las preferencias electorales de los jóvenes apartidistas (véase figura 14).

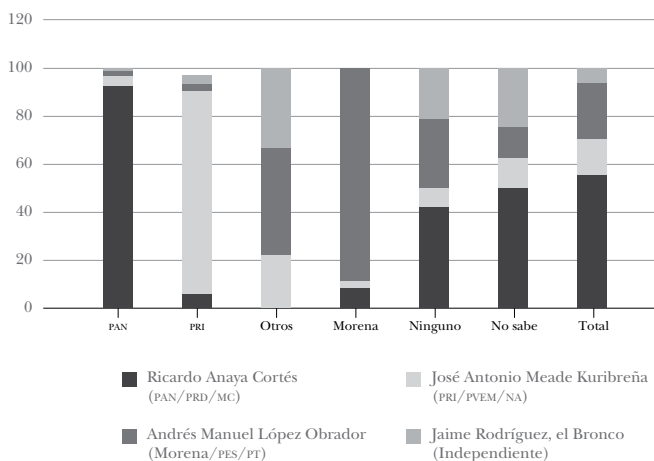
Tabla 3. Características de los votantes

Variables socioeconómicas	PAN	PRI	PRD	PVEM	PT	NA	Morena	Independiente	El Bronco	PES	Ninguno	No sabe	Base:
	Entrevistados												
<b>Sexo del seleccionado</b>	Masculino	31.2 %	12.6 %	0.6 %	0.6 %	0.6 %	15.2 %	0.6 %	0.6 %	25.6 %	11.9 %	174	
	Femenino	37.9 %	5.8 %	1.6 %	1.1 %	0.5 %	12.0 %	0.5 %	29.9 %	9.0 %	188		
Jóvenes de 18 a 19 años		40.1 %	9.9 %				6.3 %			32.7 %	11.1 %	79	
	<b>Informantes</b>												
Jóvenes de 20 a 24 años		31.1 %	8.9 %	0.7 %	0.7 %	2.1 %	15.9 %	0.7 %	29.7 %	8.9 %	145		
Jóvenes de 25 a 29 años		36.2 %	8.7 %	2.2 %	0.7 %	14.5 %	1.4 %	23.2 %	11.6 %	138			

Variables socioeconómicas	PAN	PRI	PRD	PVEM	PT	NA	Morena	Independiente	El Bronco	PES	Ninguno	No sabe	Base:
	Entrevistados												
AB/C+	43.1 %	2.5 %	1.3 %	1.3 %	1.3 %	1.3 %	13.6 %	2.4 %	2.4 %	25.8 %	8.8 %	81	
C/C-	37.5 %	10.3 %			1.5 %	0.7 %	14.7 %	0.7 %		24.6 %	9.9 %	146	
D+	34.4 %	9.4 %		5.2 %			10.3 %			25.3 %	15.4 %	40	
D-/E	23.6 %	12.3 %		2.0 %			12.9 %			35.7 %	10.2 %	95	
<b>Total jóvenes</b>	34.7 %	9.0 %	0.3 %	1.1 %	0.9 %	0.3 %	13.5 %	0.3 %	0.5 %	27.9 %	10.3 %	362	
<b>Total adultos</b>	31.4 %	7.9 %	1.3 %	1.6 %		1.2 %	12.6 %			0.4 %	32.7 %	7.1 %	142

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), con datos limitados a la población guanajuatense (jóvenes y adultos).

*Figura 14. Partidismo y preferencia electoral*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), con datos limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años de Guanajuato.

En la figura 14 y en la tabla 3, se puede valorar el partidismo a nivel general en los guanajuatenses, con el total de jóvenes y de adultos y cómo es que se identifican o no con determinado partido. Mostrando así la ventaja que tiene Acción Nacional sobre los demás partidos sin importar edad, sexo o nivel socioeconómico del entrevistado. En la figura 14 se observa que 8.9 % de los morenistas votarían por Ricardo Anaya, demostrando una indisciplina partidista. En el rango de “No sabe” la mitad (50%) también prefiere al panista, reflejando nuevamente cómo se respalda al PAN muy por encima de la oposición.

Otra variable relevante que va de la mano con el partidismo es la *ideología*, que con base en los datos de la encuesta se refleja el impacto que tiene ésta en la democracia mexicana. El electorado que se identifica de izquierda mostró apoyo con el candidato que abandera dicha ideología, es decir, Andrés Manuel López Obrador, respaldado con 54.3% de las preferencias electorales. Cabe señalar que incluso Anaya dividió el voto en este sector, obteniendo 39.1%. Sin embargo, entre el electorado general a nivel nacional López Obrador logró 83% de apoyo entre los izquierdistas (Moreno, 2018). El votante priista tradicionalmente se movía dentro del espectro ideológico de centro, no obstante, en las elecciones de 2018 sólo acumuló 21.1% de las preferencias electorales, mientras que Anaya lo desfalcó con 68.4%.

Respecto al electorado que se asume con ideología de derecha, 68.8% fue para el PAN, mientras que el PRI y Morena se quedaron con 12.5% cada uno. Cabe destacar que el electorado de izquierda en las elecciones de 2018 a nivel nacional estaba más unificado, tal vez porque contaban con un gran líder carismático identificado. En Guanajuato la derecha, por su parte, se mostró fuerte y dejando en claro cómo orientan sus decisiones políticas.

Parece ser que el PAN en Guanajuato no se vio tan afectado en su credibilidad e ideales de derecha por la alianza que hizo con el PRD, partido de izquierda que ha sido promotor de reformas que van en contra de la

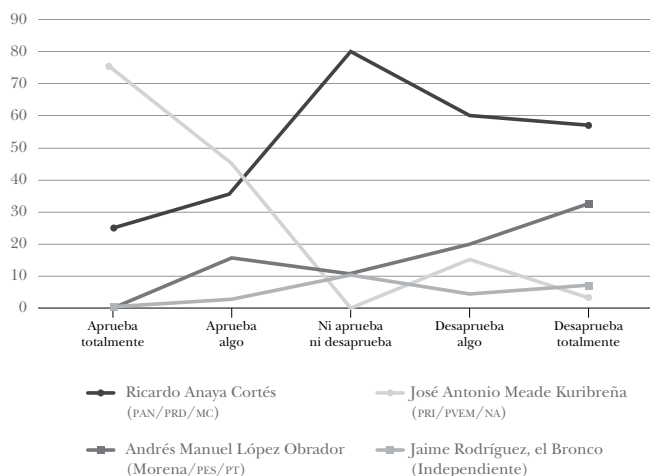
derecha religiosa, como el matrimonio igualitario y la despenalización del aborto.

Por último, se explicará la variable *desempeño presidencial*, en donde los jóvenes evalúan el trabajo de la gestión de Enrique Peña Nieto. Es importante tener en cuenta que el priista cerró su sexenio con una aprobación final de 24 % esto con base en una encuesta de opinión realizada por Consulta Mitofsky, siendo así uno de los presidentes peor calificados por los mexicanos.

En la figura 15 se observa entonces que los que aprueban totalmente el desempeño de Peña Nieto con 75 % son los propios de su partido, los priistas; pero 25 % que también lo aprueba totalmente prefiere a Ricardo Anaya.

En cambio, quienes desaprueban totalmente el desempeño presidencial de Peña Nieto, se van con Anaya con 57.4 % de las preferencias electorales; por otra parte, 32 % de quienes desaprueban totalmente manifestaron su preferencia por López Obrador. Entre los que desaprueban algo, el panista nuevamente se lleva la mayoría con 60.3 %. Entre el electorado indiferente, es decir, que ni aprueba ni desaprueba el desempeño de Peña Nieto, la mayoría lo capitalizó Ricardo Anaya obteniendo 80 % de las preferencias. Evidentemente hay un voto de castigo hacia el PRI, donde los jóvenes guanajuatenses expresan su inconformidad al no considerarlo dentro de sus preferencias y eligiendo a Ricardo Anaya como su primera opción.

*Figura 15. Evaluación al desempeño presidencial de Enrique Peña Nieto*



Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años de Guanajuato.

## Percepción sobre los candidatos

La percepción pública que se tiene sobre una figura política, como los candidatos a la Presidencia, es una construcción que asocia diversas variables, pero que al final da como resultado una decisión significativa respecto a la evaluación y posicionamiento del candidato dentro de las preferencias electorales.

En las tablas 4, 5 y 6, se evalúa la opinión que tienen los jóvenes guanajuatenses sobre cada uno de los candidatos y por quién votarían como primera opción.



*Tabla 4. ¿Qué opinión tiene de Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b> (PAN/PRD/MC)	<b>José Antonio Meade Kuribreña</b> (PRI/PVEM/NA)	<b>Andrés Manuel López Obrador</b> (Morena/PT/PES)	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b> (Independiente)
Muy buena	94.7 %	2.7 %	2.7 %	0.0 %
Buena	78.9 %	12.3 %	5.3 %	3.5 %
Regular	32.0 %	22.0 %	34.0 %	12.0 %
Mala	8.8 %	29.8 %	56.1 %	3.5 %
Muy mala	9.1 %	9.1 %	45.5 %	36.4 %
No sabe	50.0 %	0.0 %	25.0 %	25.0 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

En la tabla 4 se evalúa la opinión que se tiene acerca de Ricardo Anaya, donde obtiene indudablemente la mayoría de preferencia electoral entre aquellos que tienen una muy buena imagen de él, aunque sí se observa que quienes tenían una mala imagen sobre el panista, casi la mitad (56.1 %), pensaban votar por Andrés Manuel, quien representaba su principal amenaza.

*Tabla 5. ¿Qué opinión tiene de José Antonio Meade Kuribreña (PRI/PVEM/NA)?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b> (PAN/PRD/MC)	<b>José Antonio Meade Kuribreña</b> (PRI/PVEM/NA)	<b>Andrés Manuel López Obrador</b> (Morena/PT/PES)	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b> (Independiente)
Muy buena	20.0 %	75.0 %	5.0 %	0.0 %
Buena	67.8 %	25.4 %	6.8 %	0.0 %
Regular	61.8 %	7.9 %	22.5 %	6.7 %
Mala	48.3 %	1.7 %	44.8 %	5.2 %
Muy mala	39.1 %	0.0 %	34.8 %	26.1 %
No sabe	80.0 %	0.0 %	20.0 %	0.0 %
Total	55.1 %	15.0 %	23.6 %	5.9 %

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

La tabla 5 reúne las opiniones de los jóvenes acerca de José Antonio Meade, reflejando que 75 % le daría su voto ya que tienen una muy buena opinión sobre él. Por el contrario, quienes tienen una mala opinión sobre el candidato prefieren votar por Ricardo Anaya (con 48.3 % de las preferencias) no obstante enseguida le sigue Andrés Manuel con 44.8 %. El rechazo que ha estado padeciendo el PRI se evidenció en la falta de

apoyo que recibió Meade, a pesar de que era presentado como un ciudadano preparado y con experiencia, la marca negativa que arrastra el PRI lo condenó al fracaso del tercer lugar. Por lo tanto, la buena imagen de Meade no fue su fuerte, ya que no pudo capitalizar el voto entre aquellos que tenían una regular e incluso una buena opinión acerca de él, y que finalmente terminaron por preferir a Ricardo Anaya.

En el caso de Meade, se observa entonces que tuvo como efecto unas elecciones desviadas, las bases de apoyo de su partido, el PRI, no cambiaron, pero sí las preferencias que tienen sus partidarios, ya que optaron por un candidato ajeno al partido y, por ende, los resultados obtenidos son distintos a los esperados. Si bien las elecciones desviadas “normalmente se deben a factores coyunturales como un candidato, la situación económica o escándalos de corrupción” (Anduiza y Bosch, 2012, p. 92).

*Tabla 6. ¿Qué opinión tiene de Andrés Manuel López Obrador (Morena/PES/PT)?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b> (PAN/PRD/MC)	<b>José Antonio Meade Kuribreña</b> (PRI/PVEM/NA)	<b>Andrés Manuel López Obrador</b> (Morena/PT/PES)	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b> (Independiente)
Muy buena	11.1 %	0.0 %	88.9 %	0.0 %
Buena	31.9 %	6.4 %	59.6 %	2.1 %
Regular	66.3 %	13.8 %	16.3 %	3.8 %
Mala	58.8 %	27.9 %	2.9 %	10.3 %
Muy mala	72.2 %	13.9 %	0.0 %	11.1 %
No sabe	80.0 %	0.0 %	20.0 %	0.0 %
<b>Total</b>	<b>55.1 %</b>	<b>15.0 %</b>	<b>23.6 %</b>	<b>5.9 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omiten las opciones de respuesta “No sabe” y “No respondió”.

La tabla 6 señala las opiniones de los jóvenes guajuatenses hacia Andrés Manuel López Obrador, quienes tienen una opinión muy mala sobre él prefieren con 72.2 % a Ricardo Anaya y quienes tienen una muy buena opinión de Obrador lo prefieren con 88.9 %. Sin embargo, los jóvenes que tienen una opinión regular sobre López Obrador lo prefieren con 16.3 % y a su contendiente Anaya lo prefieren aún más con 66.3 %.

## **Temas y partidismo**

En este apartado del cuarto capítulo, se realizaron distintos cruces de variables, en donde se tomaba el partidismo y algún tema en específico, esto con la finalidad de observar cómo el partidismo define la capacidad del candidato por determinado tema.

Tabla 7. De lo que usted sabe o ha escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que combatiría mejor al narcotráfico y al crimen?

	Ricardo Anaya Cortés	José Antonio Kuribreña	Andrés Manuel López Obrador	Jaime Rodríguez, el Bronco	Ninguno	No sabe
PAN	77.0 %	2.4 %	4.0 %	1.6 %	4.8 %	9.5 %
PRI	6.1 %	87.9 %	0.0 %	0.0 %	6.1 %	0.0 %
Otros	8.3 %	8.3 %	16.7 %	25.0 %	33.3 %	8.3 %
Morena	0.0 %	0.0 %	81.3 %	0.0 %	12.5 %	4.2 %
Ninguno	3.0 %	4.0 %	5.0 %	5.0 %	50.5 %	32.7 %
No sabe	7.9 %	0.0 %	5.3 %	2.6 %	47.4 %	34.2 %
<b>Total</b>	<b>29.3 %</b>	<b>10.2 %</b>	<b>14.9 %</b>	<b>3.0 %</b>	<b>24.3 %</b>	<b>17.1 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omite la opción de respuesta "No respondió".

En la tabla 7 sobre el combate al narcotráfico y al crimen, se visualiza cómo según el partido es la preferencia y apoyo por el candidato, demostrando una obediencia y lealtad partidista. Por ejemplo, entre los que consideran que Ricardo Anaya es el que mejor combatiría el narcotráfico y el crimen, 77 % son panistas, por lo tanto, la identificación partidista del PAN tiene una fuerte influencia en decidir quién es el candidato más capaz.

*Tabla 8. De lo que usted sabe o ha escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que tiene mejores propuestas económicas?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b>	<b>José Antonio Meade Kiribreña</b>	<b>Andrés Manuel López Obrador</b>	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b>	<b>Ninguno</b>	<b>No sabe</b>
PAN	75.4 %	4.8 %	3.2 %	1.6 %	3.2 %	11.1 %
PRI	6.1 %	87.9 %	0.0 %	0.0 %	6.1 %	0.0 %
Otros	8.3 %	16.7 %	16.7 %	25.0 %	25.0 %	8.3 %
Morena	0.0 %	2.1 %	79.2 %	0.0 %	10.4 %	6.3 %
Ninguno	6.9 %	5.9 %	5.0 %	5.9 %	36.6 %	39.6 %
No sabe	7.9 %	0.0 %	5.3 %	2.6 %	47.4 %	34.2 %
<b>Total</b>	<b>29.8 %</b>	<b>12.2 %</b>	<b>14.1 %</b>	<b>3.3 %</b>	<b>19.6 %</b>	<b>19.9 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omite la opción de respuesta "No respondió".



En el caso de las propuestas económicas, la consistencia en el respaldo por el partidismo es ligeramente menor, pero igualmente fuerte. Es con los panistas donde se ve a Ricardo Anaya como el candidato más capaz (75.4%). Los que piensan que el más capaz es Meade son los priistas (87.9%). Los que consideran a López Obrador como el más apto frente a este tema son morenistas (79.2%).

*Tabla 9. De lo que usted sabe o ha escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que reduciría la corrupción?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b>	<b>José Antonio Kuribreña</b>	<b>Andrés Manuel López Obrador</b>	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b>	<b>Ninguno</b>	<b>No sabe</b>
PAN	73.8 %	3.2 %	4.8 %	3.2 %	4.0 %	10.3 %
PRI	6.1 %	81.8 %	0.0 %	0.0 %	6.1 %	6.1 %
Otros	8.3 %	8.3 %	16.7 %	25.0 %	33.3 %	8.3 %
Morena	0.0 %	0.0 %	81.3 %	0.0 %	14.6 %	2.1 %
Ninguno	5.9 %	4.0 %	5.9 %	5.0 %	42.6 %	36.6 %
No sabe	2.6 %	0.0 %	5.3 %	5.3 %	50.0 %	34.2 %
<b>Total</b>	<b>28.7 %</b>	<b>9.9 %</b>	<b>15.2 %</b>	<b>3.9 %</b>	<b>22.4 %</b>	<b>18.8 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29 años, se omite la opción de respuesta "No respondió".

En la tabla 9 sucede lo mismo, en el caso de los jóvenes guanajuatenses el partidismo influye en determinar al candidato más apto para el combate de la corrupción.

Pero sucede lo contrario a nivel nacional, donde el partidismo es cada vez menos determinante y hay factores de corto plazo, como los temas que cobran relevancia, de acuerdo con resultados de una encuesta de salida de Parametría (2018):

Del año 2015 a 2018 creció en catorce por ciento los votantes que identificaron la corrupción como el tema más importante de la elección. Estos datos cobran relevancia porque muestran que hay indicadores dominantes en cada contienda electoral, así como temas que van ganando terreno en la opinión pública del país (párr. 10).

*Tabla 10. De lo que usted sabe o ha escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que tiene mejores propuestas de seguridad?*

	<b>Ricardo Anaya Cortés</b>	<b>José Antonio Kuribreña</b>	<b>Andrés Manuel López Obrador</b>	<b>Jaime Rodríguez, el Bronco</b>	<b>Ninguno</b>	<b>No sabe</b>
PAN	74.6 %	4.0 %	3.2 %	1.6 %	4.0 %	11.9 %
PRI	6.1 %	81.8 %	3.0 %	0.0 %	6.1 %	3.0 %
Otros	8.3 %	16.7 %	25.0 %	25.0 %	16.7 %	8.3 %
Morena	0.0 %	0.0 %	83.3 %	0.0 %	10.4 %	4.2 %
Ninguno	2.0 %	4.0 %	5.9 %	5.0 %	45.5 %	37.6 %
No sabe	10.5 %	0.0 %	2.6 %	2.6 %	44.7 %	36.8 %
<b>Total</b>	<b>28.7 %</b>	<b>10.5 %</b>	<b>15.2 %</b>	<b>3.0 %</b>	<b>21.5 %</b>	<b>19.9 %</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de El Colegio de México *et al.* (2019), limitados a la población de jóvenes entre 18-29, se omitió la opción de respuesta "No respondió".

Después de analizar las tablas, se concluye que la identificación partidista tiene un impacto muy fuerte en determinar, de acuerdo con el modelo del túnel de la causalidad, las imágenes y las opiniones que se tienen de los candidatos, en este caso su capacidad en cuanto a un tema o propuesta.

Se observa también que, en general, los que se identifican con Morena son los más fieles, es decir, consideran que López Obrador y sólo él es capaz de posicionarse en determinado tema, ya sea en combate al narcotráfico (81.3%), combate a la corrupción (81.3%), propuestas de seguridad (83%), pero sólo con una pequeña excepción en el tema de propuestas económicas, donde se presenta un ligero desvío con el PRI de 2.1%.

Por ende, la evaluación que hacen los jóvenes de Guanajuato sobre los temas no es tanto una evaluación independiente o autónoma de su partidismo, por lo que el partidismo influye fuertemente al decidir quién es el candidato más apto o quién tiene una imagen más conveniente y capaz para determinado tema. A su vez, los temas y las imágenes de los candidatos influyen de manera importante en las decisiones juveniles de voto.

En cuanto a los jóvenes que creían que ninguno de los candidatos era capaz frente a determinado tema —como combate a la corrupción, al narcotráfico y al crimen, propuestas de seguridad o económicas— es porque son efectivamente apartidistas. Ventaja que aquí presenta el PAN es que aún goza de una fuerte base de apoyo y cuenta con muchos partidistas.



## CONCLUSIONES

Los resultados electorales analizados de 2018 indican que Guanajuato fue el único estado en donde no ganó López Obrador, siendo así la excepción. Esta entidad tuvo en primer lugar como preferencia electoral al candidato panista Ricardo Anaya, lo que demuestra la gran lealtad electoral al PAN. Por lo tanto, la hipótesis planteada en el primer capítulo, se confirma, puesto que a nivel nacional hay un desalineamiento partidista que ha provocado que el voto sea orientado mayormente por los factores de corto plazo, sin embargo, en los jóvenes guanajuatenses el voto aún está fuertemente influenciado por el partidismo, específicamente por el panismo. La escuela de Michigan por lo tanto brinda un fuerte poder explicativo al determinar que la identificación partidista permite construir una preferencia electoral.

Finalmente, después de una profunda revisión y análisis tanto de la literatura sobre el comportamiento

electoral como de los datos de la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018, daré paso a explicar cuáles son los principales hallazgos en relación con las elecciones presidenciales de 2018, el panorama político actual y de la conducta electoral de los jóvenes del estado de Guanajuato.

- Estudios previos (Ai Camp, 2014; Mitofsky, 2019) demuestran que las variables sociodemográficas sí tuvieron cierta influencia en el voto de los mexicanos en elecciones presidenciales anteriores, sin embargo, en la elección de 2018 los factores sociodemográficos no fueron determinantes para establecer el resultado de la elección.
- Es importante destacar que el sistema de partidos se está reconfigurando, ya que en al menos tres décadas ha pasado desde un sistema autoritario con el PRI como partido dominante, hasta un multipartidismo moderado con la competencia del PRI, el PAN y el PRD, como los principales jugadores dentro de la arena política, y ahora con Morena como nuevo actor político que viene a transfigurar nuevamente el sistema de partidos.

La victoria contundente de Morena, ganando no sólo la Presidencia de la República, sino una mayoría legislativa en ambas cámaras del Congreso federal, así



como un gran número de elecciones locales en 2018, es señal de un cambio muy significativo en el sistema de partidos mexicano (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019, p. 63).

- El estudio evidentemente señala que a nivel nacional se está viviendo una gradual y significativa despartidización del electorado, lo que produce a su vez que el voto duro de los partidos vaya disminuyendo y su base de apoyo se reduzca notablemente. Aumenta por lo tanto el desalineamiento en relación con los partidos políticos y la fidelidad hacia éstos, creciendo paralelamente el número de votantes apartidistas o independientes con la tendencia de que en los próximos años sean cada vez más. Hoy en día hay una personalización de la política en donde las personas votan más por el candidato en sí (es decir su persona, atributos) que por el partido que representa, tal sucedió en las elecciones de 2018 con la fuerte imagen de López Obrador y sus altos niveles de popularidad y reconocimiento, sin embargo, en Guanajuato aún persiste la alineación, hacia el PAN particularmente.
- Asimismo, a nivel nacional los factores de largo plazo disminuyen en cuanto a su influencia en la decisión del voto. Hay un debilitamiento general del partidismo, es decir, la identifi-

cación con algún partido político ha perdido fuerza al momento de decidir por quién votar, hay una indisciplina partidista, siendo así que los propios simpatizantes no votan por su partido. Pero sucede lo contrario en el caso del estado de Guanajuato, ya que la identidad partidista con el PAN es una variable clave en el proceso electoral, donde incluso quienes no son panistas se inclinan por el blanquiazul al momento de votar.

- Pese a las tendencias observadas a nivel nacional, Guanajuato es un caso excepcional, ya que presenta menos alteraciones en su sistema de partidos, a tal grado que es considerablemente más estable en cuanto a su comportamiento electoral, ya que no ha presentado alternancia en el poder desde hace casi 30 años. Además, tiene bajos niveles de competitividad electoral, mostrando así un ambiente complicado para la oposición, ya que le es difícil competir en un escenario que ya está predeterminado. Por ende, son muchas las variables que influyen en la decisión del voto, sin embargo, en el estado de Guanajuato la de mayor peso y casi determinante es la fuerte identificación partidista con el PAN, es como si fuera parte de la socialización política el votar por dicho partido. En este sentido, es más importante el partido, puesto que los factores de corto

plazo no son tan relevantes y es por ello que el candidato pasa a un segundo plano, así como sus mensajes de campaña.

- Guanajuato se encuentra bajo el poder del PAN, partido cuasidominante en la entidad, que ha estado gobernando sin alternancia durante casi tres décadas. Mientras que la oposición se encuentra desarticulada y débil, con una estructura deficiente en el estado. Se comprueba entonces que el PAN ha logrado reforzar sus lazos con los guanajuatenses de manera generalizada, tanto con jóvenes como con adultos. Guanajuato es reflejo de la identidad partidista fuerte que prioriza el partido sobre los temas (promesas de campaña), confirmando que son los factores de largo plazo los más importantes.
- En Guanajuato a pesar de que un mayor porcentaje de jóvenes entre 18 y 29 años se sitúa en la izquierda, se sienten identificados con el PAN, fortaleciendo nuevamente el partidismo generacional y dejando en un ámbito secundario la ideología al momento de votar.
- En cuanto a ideología a nivel nacional, Andrés Manuel obtuvo preferencias electorales no sólo del espectro ideológico de izquierda, sino que atrajo votos del electorado de centro, incluso aún más que el candidato del PRI (véase el anexo 1).

- En el caso de Guanajuato y su relación con el PAN, se observa que la identidad partidista afecta e influye en las percepciones de los jóvenes guanajuatenses hacia los candidatos. La escuela de Michigan defiende que el partidismo juega un papel doble, ya que primeramente condiciona el impacto de la imagen del candidato y posteriormente su evaluación frente a diversos temas. Y puede confirmarse con los niveles de aprobación que obtuvo el candidato por el PAN, Ricardo Anaya, frente a los demás candidatos ajenos al partido.
- El pasado histórico del estado de Guanajuato ha estado marcado fuertemente por la influencia y participación de la iglesia católica, que se puede presenciar todavía, en el poder político. Éste es un factor importante del elector guanajuatense, que favorece directamente la presencia y permanencia que tiene el PAN en el estado, fortaleciendo el partidismo panista. De esta manera, se encuentra un gran valor explicativo de las teorías sociológicas del voto, las cuales argumentan que existe una relación entre el contexto, los determinantes sociales, la identificación partidista y el voto.

## Anexos

## Anexo 1. Preferencia electoral de la juventud mexicana en 2018

Variable	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Kuribreña (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)	Anularía mi voto
<b>Sexo</b>					
Masculino	22.9 %	9.3 %	36.0 %	7.4 %	24.5 %
Femenino	20.9 %	10.5 %	40.8 %	5.1 %	22.7 %
<b>Total</b>	<b>21.9 %</b>	<b>9.9 %</b>	<b>38.4 %</b>	<b>6.2 %</b>	<b>23.6 %</b>
<b>Edad</b>					
18-19	21.9 %	7.6 %	33.6 %	7.6 %	29.2 %
20-24	23.2 %	10.2 %	38.5 %	7.0 %	21.2 %
25-29	20.4 %	10.6 %	40.6 %	4.7 %	23.7 %
<b>Total</b>	<b>21.9 %</b>	<b>9.9 %</b>	<b>38.4 %</b>	<b>6.2 %</b>	<b>23.6 %</b>
<b>Educación</b>					
Básica	20.4 %	11.7 %	35.5 %	6.4 %	26.1 %
Media	22.6 %	8.9 %	38.7 %	6.3 %	23.4 %
Superior	21.8 %	10.4 %	41.9 %	5.7 %	20.2 %
<b>Total</b>	<b>21.9 %</b>	<b>9.9 %</b>	<b>38.4 %</b>	<b>6.2 %</b>	<b>23.6 %</b>

Variable	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Meade Kuribrena (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez, el Bronco (Independiente)	Anularía mi voto
<b>Religión</b>					
Católico	22.8%	10.3%	38.9%	5.9%	22.1%
Otra religión	19.3%	10.5%	42.1%	8.3%	19.8%
Otros	18.2%	4.4%	35.6%	7.2%	34.5%
No respondió	20.0%	10.5%	34.4%	5.8%	29.2%
<b>Total</b>	<b>21.8%</b>	<b>9.9%</b>	<b>38.5%</b>	<b>6.2%</b>	<b>23.6%</b>
<b>Partidismo</b>					
PAN	93.9%	2.0%	.6%	1.0%	2.5%
PRI	10.7%	77.5%	2.2%	4.4%	5.3%
PRD	57.6%		28.4%	8.0%	6.0%
Morena	3.1%	1.9%	92.1%	.2%	2.7%
Otros	28.0%	6.3%	24.3%	33.5%	7.9%
Ninguno	11.1%	3.7%	27.9%	9.5%	47.7%
<b>Total</b>	<b>22.5%</b>	<b>10.0%</b>	<b>39.5%</b>	<b>6.0%</b>	<b>22.0%</b>
<b>Ideología</b>					
Izquierda	11.7%	5.2%	72.6%	4.6%	5.9%
Derecha	48.1%	26.5%	14.2%	5.4%	5.8%
Centro	29.4%	12.4%	32.9%	10.4%	15.0%

Variable	Ricardo Anaya Cortés (PAN/PRD/MC)	José Antonio Kuribrena (PRI/PVEM/NA)	Andrés Manuel López Obrador (Morena/PT/PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (Independiente)	Anularía mi voto
Ninguna	17.8%	6.7%	33.0%	5.3%	37.2%
No sabe	21.2%	9.2%	32.3%	8.3%	29.0%
No respondió	10.1%	11.2%	18.8%	5.5%	54.4%
<b>Total</b>	<b>21.9%</b>	<b>9.9%</b>	<b>38.4%</b>	<b>6.2%</b>	<b>23.6%</b>
<b>Desempeño presidencial</b>					
Aprueba totalmente	17.5%	39.4%	20.8%	11.1%	11.2%
Aprueba algo	22.0%	26.1%	24.3%	7.4%	20.2%
Ni aprueba ni desaprueba	28.5%	13.9%	29.3%	5.4%	22.8%
Desaprueba algo	20.7%	11.5%	39.4%	9.1%	19.3%
Desaprueba totalmente	21.4%	4.2%	44.9%	4.6%	24.9%
No sabe	11.5%	2.9%	15.5%	11.7%	58.3%
No respondió	36.1%	0.0%	0.0%	11.3%	52.6%
<b>Total</b>	<b>21.9%</b>	<b>9.9%</b>	<b>38.4%</b>	<b>6.2%</b>	<b>23.6%</b>

Nota: Los totales no son el resultado literal de la suma de las cifras de cada columna; son el porcentaje del universo de las variables respectivas.

Fuente: Elaboración propia con datos nacionales de El Colegio de México *et al.* (2019), se omite la opción de respuesta "El voto es secreto".

*Anexo 2. Número efectivo de partidos*

Entidad federativa	1976- 1982	1983- 1988	1989- 1994	1995- 2000	2001- 2006	2007- 2012	2013- 2018	Promedio 1995-2018	Diferencia 2018-1976
	Tamaulipas	1.01	1.03	1.27	1.61	1.53	1.4	1.87	1.6
Guanajuato	1.03	1.28	1.77	1.59	1.36	2.04	1.87	1.72	0.84
Coahuila	1.06	1.05	1.34	1.52	1.63	1.56	2.65	1.84	1.59
Hidalgo	1	1	1.02	1.74	1.68	1.89	2.12	1.86	1.12
Nuevo León	1.13	1.25	1.43	2.04	1.57	1.99	1.86	1.87	0.73
Tabasco	1	1.04	1.65	1.94	1.86	2.49	1.26	1.89	0.26
Guerrero	1	1	1.33	2.01	1.74	1.74	2.13	1.91	1.13
Puebla	1.02	1.04	1.12	1.6	1.87	1.87	2.31	1.91	1.29
Distrito Federal		-	-	2.42	2.04	1.26	1.97	1.92	-45
Aguascalientes	1.03	1.12	1.11	1.8	1.65	2.03	2.23	1.93	1.2



Entidad federativa	1976- 1982	1983- 1988	1989- 1994	1995- 2000	2001- 2006	2007- 2012	2013- 2018	Promedio 1995-2018	Diferencia 2018-1976
	Chihuahua	1.07	1.49	1.94	1.96	1.68	1.67	2.46	1.94
Baja California	1.37	1.33	1.87	1.93	1.94	1.94	2.05	1.96	0.68
Baja California Sur	1.01	1.04	1.9	1.69	2.18	1.87	2.12	1.97	1.11
Sinaloa	1.02	1.27	1.58	2.05	2.1	1.89	2.27	2.07	1.25
Querétaro	1	1.03	1.11	2.21	2.13	2.02	2.03	2.1	1.03
Quintana Roo	1	1	1	2.25	2.44	1.6	2.13	2.1	1.13
Colima	1.01	1.01	1.12	2.38	1.92	1.91	2.28	2.12	1.27
Durango	1.01	1.52	1.77	2.57	1.7	2.08	2.12	2.12	1.11
Promedio	1.04	1.11	1.38	2.03	2.03	2.06	2.4	2.13	1.36
Nayarit	1.05	1	1.42	1.87	2.09	2.12	2.53	2.15	1.48
México	1.02	1.06	1.23	2.38	1.93	1.27	3.05	2.16	2.03

Entidad federativa	1976- 1982	1983- 1988	1989- 1994	1995- 2000	2001- 2006	2007- 2012	2013- 2018	Promedio 1995-2018	Diferencia 2018-1976
	Sonora	1.05	1.23	1.2	2.46	2.16	2.03	2.03	2.17
Campeche	1	1	1.04	2.06	2.42	1.88	2.43	2.2	1.43
Yucatán	1.07	1.02	1.56	2.05	2.05	2.05	2.66	2.2	1.59
Oaxaca	1.01	1.01	1.04	2	2.03	1.9	3.23	2.29	2.22
San Luis Potosí	1	1	1	2.11	2.28	2.11	2.77	2.32	1.77
Veracruz	1	1.01	1.11	1.89	2.84	2.25	2.58	2.39	1.58
Zacatecas	1	1	1.12	2.28	2.04	2.16	3.17	2.41	2.17
Jalisco	1.39	1.41	1.76	2.17	2.17	3.02	2.47	2.46	1.08
Chiapas	1	1.01	1.88	1.88	2.06	3.15	2.91	2.5	1.91
Tlaxcala	1	1	1.01	2.15	2.84	2.06	3.2	2.56	2.2
Michoacán	1	1.02	1.8	2.64	2.35	2.97	2.76	2.68	1.76

<b>Entidad federativa</b>	<b>1976-1982</b>	<b>1983-1988</b>	<b>1989-1994</b>	<b>1995-2000</b>	<b>2001-2006</b>	<b>2007-2012</b>	<b>2013-2018</b>	<b>Promedio 1995-2018</b>	<b>Diferencia 2018-1976</b>
Morelos	1	1.04	1.29	1.57	2.84	3.57	3.31	2.82	2.3

Fuente: Tabla recuperada de Díaz Jiménez y León Ganatios (2019), realizada a partir de la base de datos “México Electoral. Estadísticas Federales y locales 1970-2000” [compact disc] compilado por Banamex-Accival, y los resultados electorales oficiales obtenidos en los sitios web de los organismos públicos electorales locales.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar López, Jesús (2017). “Construcción de la identificación partidaria de la juventud en México”. En Silvia Gómez Tagle (coord.), *La cultura política de los jóvenes* (pp. 157-220). México: Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México.
- Ai Camp, Roderic (2013, agosto). “The 2012 Presidential Election and What it Reveals about Mexican Voters”. *Journal of Latin American Studies*, 45 (5), 451-481.
- Anduiza, Eva y Bosch, Agustí (2012). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Ariel.
- Añorve, Daniel; Vilches, Miguel; y Vega, Daniel (coords.) (2020). *Diagnóstico de la democracia, el desarrollo humano y la economía en Guanajuato (2012-2018)*. México: Universidad de Guanajuato.
- Buendía, Jorge (1996, octubre). “Economic Reform, Public Opinion, and Presidential Approval in

- Mexico, 1998-1993". *Comparative Political Studies*, 29 (5), 566-591.
- Buendía, Jorge (2000, segundo semestre). "El elector mexicano en los noventa ¿un nuevo tipo de votante?". *Política y Gobierno*, 7 (2), 317-352.
- Chihu Amparán, Aquiles (2011). *El framing del spot político*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Consulta Mitofsky (2018). "6 años de Gobierno. Evaluación final Enrique Peña Nieto".
- Cuna Pérez, Enrique (2012, enero). "Apoyo a la democracia en jóvenes estudiantes de la Ciudad de México. Estudio sobre el desencanto ciudadano juvenil con las instituciones de la democracia Mexicana". *Polis*, 8 (2), 107-151.
- Dalton, Russell (2014). *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies* (6a. ed.). Irvine: University of California.
- Díaz, Alejandro (2014). "Bases sociales del voto". En Gustavo Meixueiro y Alejandro Moreno (coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 41-62). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco (2017, mayo-agosto). "Las campañas electorales, los medios y su impacto en el compromiso cívico de los mexicanos en la elección presidencial de 2012". *Comunicación y Sociedad*, 29, 139-164.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco (2018). "La elección en Guanajuato: algunas claves para entender el domi-

- nio panista”. Recuperado el 19 de julio de 2019, de <https://medium.com/@ofdj2012/la-elecci%C3%B3n-en-guanajuato-algunas-claves-para-entender-el-dominio-panista-65bd04f15008>
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y León Ganatios, Luis Eduardo (2019). *Los escenarios electoral e ideológico en el sistema de partidos mexicano*. México: Universidad de Guanajuato / Instituto Electoral del Estado de Guanajuato.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y Muñiz, Carlos (2017). “¿Comunicando desafección? El impacto de los medios de comunicación y las campañas en el compromiso cívico de la juventud en 2012”. En Silvia Gómez Tagle (coord.), *La cultura política de los jóvenes* (pp. 175-225). México: Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y Vivero Ávila, Igor (2014). “¿Efectos limitados o poderosos? Una revisión a la investigación sobre los efectos de las comunicaciones de campaña en México”. *Revista Debates*, 5 (8), 31-53.
- Diccionario enciclopédico de comunicación política* (2017). s. v. imagen del candidato. Recuperado el 30 de enero de 2019, de [http://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Imagen\\_del\\_candidato](http://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Imagen_del_candidato)
- Downs, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York: Harper.
- El Colegio de México *et al.* (2019). Encuesta sobre Cultura Política de los Jóvenes Mexicanos 2018. México: Autor.

- Fiorina, Morris P. (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven and London: Yale University Press.
- Gómez Tagle, Silvia (2017). *La cultura política de los jóvenes*. México: Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; y Baptista Lucio, Pilar (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hirschman, Albert (1977). *Salida, voz y lealtad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Instituto Electoral del Estado de Guanajuato (2020). “Informe de la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes en el Estado de Guanajuato 2018”. Guanajuato: Autor.
- Instituto Nacional Electoral (s. f.). Recuperado de <https://candidaturas.ine.mx/detalle-candidato.html?id=32385>
- Instituto Nacional Electoral (2018). “Elecciones 2018”. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2018/>
- Latinobarómetro (2018). *Informe Latinobarómetro 2018*. Recuperado el 12 de mayo de 2019, de [www.latinobarometro.org](http://www.latinobarometro.org)
- León Ganatios, Luis Eduardo (2013, julio-diciembre). “La teoría espacial del voto: una propuesta de aplicación en Latinoamérica”. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 2 (2), 57-79.



- León Ganatios, Luis Eduardo (2014). “La institucionalización del sistema de partidos y su relación con el sistema económico en México. Caso Guanajuato”. En Jesús Aguilar López (coord.), *Libertades y participación política: desafíos para la consolidación democrática en Guanajuato* (col. Argumentos, pp. 247-261). México: Editorial Fontamara.
- Lewis-Beck, Michael y Stegmaier, Mary (2007). *Economic Models of Voting*. Madrid: Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Madrid.
- López Levi, Liliana (2002). *Los polos de consolidación electoral: el caso del PAN en Guanajuato*. México: Departamento de Política y Cultura de la Universidad Autónoma Metropolitana.
- Magaloni Kerpel, Beatriz (1994, segundo semestre). “Elección racional y voto estratégico: Algunas aplicaciones para el caso mexicano”. *Política y Gobierno*, 1, 309-344.
- Martínez Assad, Carlos (1997, mayo). “El pasado y el presente político de Guanajuato”. *Estudios Sociológicos*, 15 (44), 351-369.
- Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Meixueiro, Gustavo y Moreno, Alejandro (coords.) (2014). “El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012”. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.

- Moreno, Alejandro (2009). *La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México*. México: Porrúa.
- Moreno, Alejandro (2018). *El cambio electoral: votantes, encuestas y democracia en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Moreno, José Eduardo (2015, mayo-agosto). “Pensar la ideología y las identidades políticas. Aproximaciones teóricas y usos prácticos”. *Estudios Políticos*, (35), 39-59.
- Nadeau, Richard; Belanger, Eric; Lewis-Beck, Michael; Turgeon, Mathieu; y Gélinau, Francois (2017). *Latin American Elections. Choice and Change*. University of Michigan.
- Norris, Pippa (1997). *Electoral Change in Britain since 1945*. Oxford: Blackell.
- Ollin (2018). Índice Nacional de Participación Juvenil 2017-2018. Disponible en <https://ollinac.org/indice-nacional-de-participacion-juvenil/>
- Parametría (2018). “Identidades, candidatos, campañas y corrupción” [contiene los resultados de la encuesta realizada a salida de urna el primero de julio de 2018]. Recuperado de <http://www.parametria.com.mx/estudios/identidades-candidatos-campanas-y-corrupcion/>
- Ratto, María Celeste (2013, enero-junio). “Accountability y voto económico en América Latina: un estudio de las pautas de comportamiento electoral entre 1996 y 2004”. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 2 (1), 49-80.

- Rionda, Luis Miguel (1997). “Cultura política y elecciones en Guanajuato” [documento de trabajo]. Presentado en el Latin American Studies Association. XX International Congress, realizado en Guadalajara, México, del 17 al 19 de abril de 1997.
- Rionda, Luis Miguel (2012). *Cien años de historia de los partidos políticos en Guanajuato, 1910-2010*. México: Instituto Electoral del Estado de Guanajuato.
- Rodríguez Araujo, Octavio (2011, enero-abril). “Las luchas de la iglesia católica contra la laicidad y el comunismo en México”. *Estudios Políticos*, 9 (22), 11-26.
- Sommano, Fernanda (2014). “Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección de 2012”. En Gustavo Meixueiro y Alejandro Moreno (coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 117-140). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Vázquez, Rubén (2018, julio). “Las redes sociales durante la jornada electoral”. *Forbes México*. Recuperado el 20 de febrero de 2019, de <https://www.forbes.com.mx/las-redes-sociales-durante-la-jornada-electoral/3>



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
ASPECTOS GENERALES	13
Planteamiento del problema	13
Justificación	18
Hipótesis	20
Metodología	22
MARCO TEÓRICO	27
Principales teorías	27
<i>Los factores de posición social</i>	30
<i>Los factores de actitudes políticas</i>	32
<i>Los factores racionales</i>	34
Contexto nacional	37
Caso Guanajuato	42
LOS FACTORES DE LARGO Y CORTO PLAZO	53
QUE INFLUYEN EN EL VOTO	
Factores de largo plazo	53
<i>Identificación partidista</i>	53
<i>Desafección</i>	59
<i>Ideología</i>	61
Factores de corto plazo	66
<i>Campañas</i>	66
<i>Imagen de los candidatos</i>	70
<i>Atributos de la imagen</i>	74
<i>Exposición a medios</i>	77
<i>Temas de campaña</i>	80

UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO	87
Variables y el voto presidencial en 2018	87
Percepción sobre los candidatos	104
Temas y partidismo	109
CONCLUSIONES	119
ANEXOS	125
BIBLIOGRAFÍA	133



## **CONSEJO GENERAL**

Laura Daniella Durán Ceja  
**Consejera Presidenta Provisional**

Francisco Bello Corona  
Sandra López Bringas  
Paula Melgarejo Salgado  
Patricia Lozano Sanabria  
Karina Ivonne Vaquera Montoya  
**Consejeras y Consejero Electorales**

Francisco Javier López Corral  
**Secretario Ejecutivo**

### **Representantes de los partidos políticos**

PAN	Alfonso Guillermo Bravo Álvarez Malo
PRI	Ramón Tonatiuh Medina Meza
PRD	Araceli Casasola Salazar
PT	Joel Cruz Canseco
PVEM	Alhely Rubio Arronis
MC	Anselmo García Cruz
Morena	Jesús Adán Gordo Ramírez
NA Edomex	Efrén Ortiz Álvarez







## **JUNTA GENERAL**

Laura Daniella Durán Ceja  
**Consejera Presidenta Provisional**

Francisco Javier López Corral  
**Secretario Ejecutivo**

Víctor Hugo Cíntora Vilchis  
**Director de Organización**

Oswaldo Tercero Gómez Guerrero  
**Director de Partidos Políticos**

Liliana Martínez Garnica  
**Directora de Participación Ciudadana**

José Mondragón Pedrero  
**Director de Administración**

Mayra Elizabeth López Hernández  
**Directora Jurídico-Consultiva**

---

Jesús Antonio Tobías Cruz  
**Contralor General**

---

**Unidad Técnica para la  
Administración de Personal Electoral**

**Unidad de Comunicación Social**

**Unidad de Informática y Estadística**

**Unidad Técnica de Fiscalización**

Lilibeth Álvarez Rodríguez  
**Jefa de la Unidad de Transparencia**

**Centro de Formación y  
Documentación Electoral**

**Unidad de Género y  
Erradicación de la Violencia**





## **COMITÉ EDITORIAL**

### **Presidente**

Francisco Bello Corona

### **Integrantes**

Paula Melgarejo Salgado  
Karina Ivonne Vaquera Montoya  
Roselia Bustillo Marín  
Carlos González Martínez  
Héctor Heriberto Zamitiz Gamboa  
Amalia Pulido Gómez  
Natalia Ix-Chel Vázquez González  
Carlos Luis Sánchez y Sánchez

### **Secretaría Técnica**

Centro de Formación y Documentación Electoral



**Centro de Formación y Documentación Electoral**

---

Subjefatura de Documentación y Promoción Editorial



La primera edición de **El voto de la juventud guanajuatense en la elección presidencial de 2018. Factores de corto y largo plazo que influyeron en sus decisiones electorales** se terminó de imprimir en 2022 en los talleres de

La edición estuvo a cargo del Centro de Formación y Documentación Electoral del Instituto Electoral del Estado de México. Esta edición consta de 1000 ejemplares.

En la formación se utilizó la fuente ITC New Baskerville, diseñada por John Baskerville.

Publicación de distribución gratuita.