

Miradas sociológicas en contextos de legitimidad y violencia: Movimientos y acciones de resistencia en México

María Guadalupe Moreno González
Leticia Ruano Ruano
Coordinadoras



Universidad de Guadalajara

Miradas sociológicas en contextos
de legitimidad y violencia:
Movimientos y acciones de resistencia en México

Miradas sociológicas en contextos
de legitimidad y violencia:
Movimientos y acciones de resistencia en México

María Guadalupe Moreno González y
Leticia Ruano Ruano
Coordinadoras

Universidad de Guadalajara
2017

Este libro fue dictaminado favorablemente con el método doble ciego por el comité editorial del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades y financiado con el fondo federal PROINPEP: Programa de Incorporación y Permanencia de los Posgrados en el PNPC

Primera edición, 2017

D.R. © Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de
Ciencias Sociales y Humanidades
Coordinación Editorial
Juan Manuel 130
Zona Centro
Guadalajara, Jalisco, México

ISBN EBook 978-607-742-815-2

Editado y hecho en México
Edited and made in Mexico

ÍNDICE

Prefacio	
<i>María Guadalupe Moreno González</i>	
<i>Leticia Ruano Ruano</i>	7
Introducción	
<i>María Guadalupe Moreno González</i>	
<i>Leticia Ruano Ruano</i>	9
I. ¿ MOVIMIENTOS O SUJETOS, GUERRAS, CONFLICTOS, RESISTENCIAS O PROTESTAS?	
Protesta, reconocimiento e instituciones justas	
<i>Jaime Torres Guillén</i>	18
México: parte de guerra y motivos de esperanza	
<i>Jorge Regalado</i>	46
Mujeres colonas y su protagonismo en las movilizaciones y reivindicaciones populares en Guadalajara a principios de los ochenta: el caso de la OMIP	
<i>Aurora Amor Vargas</i>	81
II. AYOTZINAPA Y NORMALES RURALES: CONTEXTOS DE LA DESAPARICIÓN E HISTORIAS QUE VAN DEL RECONOCIMIENTO A LA MARGINACIÓN Y VIOLENCIA	
El poder revelador de las desapariciones de Ayotzinapa	
<i>Armando Páez Flores</i>	99
Normales rurales: de proyecto posrevolucionario a marginación neoliberal	
<i>Leticia Ruano Ruano</i>	114

Las escuelas normales rurales de México. Un acercamiento a su participación política durante el periodo (1940-2015) <i>José Rojas Galván</i>	145
---	-----

III. ENTRE DELITOS, VIOLENCIA Y PERCEPCIONES DE LA GENTE

La trata de personas con fines de explotación sexual en México <i>Fidelina González Llerenas</i>	159
Violencia y decepción: ¿parte de lo mismo? Una percepción de la zona metropolitana de Guadalajara <i>Anabel Castillón Quintero</i>	181

IV. DE MOVIMIENTOS, PARTIDOS Y VOTANTES

Partido Movimiento Ciudadano, el fenómeno de la ola naranja en Jalisco contemporáneo <i>María Guadalupe Moreno González</i>	199
El proceso electoral y la determinación del voto en la región Altos Sur de Jalisco. El discurso de los jóvenes universitarios <i>Oscar Ulises Reynoso González</i> <i>María Guadalupe Moreno González</i>	216

V. JÓVENES UNIVERSITARIOS Y ESCRITURA

La escritura: diferida. Una panorámica de la escritura universitaria <i>Luis Edmundo Camacho Vergara</i>	236
--	-----

El proceso electoral y la determinación del voto en la región Altos Sur de Jalisco. El discurso de los jóvenes universitarios

*Oscar Ulises Reynoso González
María Guadalupe Moreno González*

Introducción

Al iniciar un nuevo proceso electoral en México se presenta ante los ciudadanos un sinnúmero de estímulos políticos dedicados a informar (o desinformar) aspectos del propio proceso: desde el continuo bombardeo de anuncios del Instituto Nacional Electoral (INE) para motivar la participación ciudadana convencional, hasta la publicidad invasiva de los partidos con un discurso clásico sobre el cambio, la mejora, la continuidad, la transformación o el progreso, según el caso. Todo ello, para que el ciudadano se acerque a la urna y seleccione, entre una cantidad limitada e impuesta de opciones, al candidato, partido o coalición para un determinado puesto de elección popular. Es por tal motivo que el voto se posiciona en la cúspide de un gigantesco y costoso proceso que mantiene en orden (o desorden) la cúpula política del país en sus diversos niveles. Podría decirse que el voto es un dispositivo de inclusión social que permite cuantificar la cantidad de personas o grupos que se encuentran a favor o en contra de una o más propuestas y cuyo objetivo máximo es identificar la posición de la mayoría. Con base en ello, su lógica obliga a tomar la opción o propuesta que dé mayor popularidad entre las personas o grupos que tomaron la decisión. El voto electoral puede ser definido como: “El acto por medio del cual el ciudadano manifiesta una simpatía o antipatía hacia un determinado partido o coalición de partidos, su programa electoral y sus candidatos” (Valdez y Huerta, 2011). Es un fenómeno tan complejo que ha llamado la atención de múltiples disciplinas, intentando describir, comprender y desarrollar explicaciones sobre la manera que se determina el voto, la importancia de algunos factores en la decisión y los mecanismos implicados en la elección del candidato, partido, coalición o corriente política.

Ante la importancia manifiesta del voto han emergido múltiples cuestionamientos sobre la forma en que los ciudadanos evalúan los distintos estímulos políticos y determinan el voto. Muchos estudios sobre la conducta electoral se han enfocado en los procesos electorales federales, además son realizados,

principalmente, en población de las zonas conurbadas del país (Aguilar, 2014; Díaz, 2014; Guerrero, Rodríguez y Machuca, 2014; Maldonado, 2014; Meixueiro, 2014; Wals, 2014). Si bien los resultados detallan la forma en que los votantes conciben y determina su decisión, estos estudios han dejado de lado los procesos electorales locales (elecciones de presidentes municipales) dentro de contextos regionales. Por ello, ante tal vacío, resulta de interés la inducción y abordaje a zonas suburbanas específicas, como la región Altos Sur de Jalisco en este caso, ya que nutre y amplía considerablemente la visión sobre el voto y los procesos electorales a menor escala. Resulta consecuente reflexionar que la forma de seleccionar a un candidato, partido o coalición para un puesto de elección federal (presidente de la República, por ejemplo) es totalmente diferente de la forma en que se escoge a un presidente municipal de un poblado de 10 000 habitantes, ya que en estos se llevan a cabo otro tipo de dinámicas, estrategias y discursos que arrojan una forma distinta de concebir los procesos electorales.

En particular, la región Altos Sur de Jalisco está constituida por los municipios de Acatic, Arandas, Cañadas de Obregón, Jalostotitlán, Jesús María, Mexxicacán, San Ignacio Cerro Gordo,¹ San Julián, San Miguel el Alto, Tepatitlán de Morelos, Valle de Guadalupe y Yahualica de González Gallo; la integran 1 914 localidades con un total de 6 677.36 km² (8.3% del territorio estatal) (INAFED, 2010). El Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG) del Estado de Jalisco (2015) reporta una población de 413 972 habitantes que representan 5.2% del total de personas en el estado, solo superado por la zona centro (61.9%). La sede de la zona se encuentra en el municipio de Tepatitlán (Fábregas, 1986).

El aspecto político de la zona puede abordarse en diferentes sentidos; sin embargo, dada la naturaleza del estudio este estará enfocado a la política institucional o convencional. La región Altos Sur de Jalisco es predominantemente bipartidista; es decir, que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) son hegemónicos en la preferencia de los ciudadanos (Alonso, 1993). Tan solo del año 2000 a la fecha se han realizado en la región 70 procesos electorales para elegir presidentes municipales, de los cuales 67 de estos han sido para los partidos mencionados (96%). Solamente en San Miguel el Alto (2003), Arandas (2009) y Tepatitlán de Morelos (2015), otro partido ha ganado la contienda electoral (Tabla 1).

Es posible observar que hasta el año 2006 la región era mayoritariamente panista (76% de los procesos), pero de 2009 a la fecha, la tendencia favoreció al PRI (59% de los procesos). Esta tendencia es más visible en la última contienda, donde dicho partido obtuvo la victoria en 8 de los 12 municipios de la región. Otro aspecto que salta a la vista es que ninguno de los dos partidos mencionados

¹ San Ignacio Cerro Gordo fue considerado como el municipio 125 del estado de Jalisco en 2005. Anteriormente era una delegación de Arandas.

Tabla 1. Resultados electorales en la región Altos Sur de Jalisco 2000-2015

Municipio/Año	2000	2003	2006	2009	2012	2015
Acatic						
Arandas						
Cañadas de Obregón						
Jalostotitlán						
Jesús María						
Mexticacán						
San Miguel el Alto						
San Julián						
Tepatitlán de Morelos						
Valle de Guadalupe						
Yahualica de González Gallo						
San Ignacio Cerro Gordo						

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de IEPJ (2016).

se ha mantenido en el poder de manera continua, sino que en la mayoría de los municipios presentan una frecuencia equitativa. Una primera impresión de estas cuestiones podría generar la idea de que el voto en la región es determinado por el partido y, por tanto, clasificarlo como voto duro; sin embargo, la alternancia de los mismos deja en duda tal argumento, poniendo en cuestionamiento los factores que determinan el voto en la zona.

Ahora bien, teniendo claro los objetivos y el contexto de investigación, el siguiente cuestionamiento recae sobre la selección específica del tipo de población o votante a estudiar. En tal sentido, un segmento de la población resultó de principal interés para el estudio: los jóvenes universitarios. Puede decirse que la juventud es una etapa en la vida humana caracterizada por la fortaleza,

la plenitud y la energía. Establecer en qué punto inicia y termina esta fase del desarrollo es algo arbitrario. Generalmente, y dependiendo de la finalidad, se estipula un rango de edad para declarar a una persona en la categoría de joven. El contexto sociocultural influye de manera determinante en el establecimiento de estos parámetros de edad, desde establecer el momento en que el ser humano deja de ser niño y hasta el momento del arribo de la senectud. Por ejemplo, para la Organización Mundial de la Salud (OMS) la categoría de joven abarca de los 10 a los 28 años con tres divisiones adicionales: de los 10 a los 14 pubertad o adolescencia temprana; de los 15 a los 19 adolescencia tardía o juventud media, y por último de los 20 a los 28 años jóvenes adultos. Algunos teóricos como Deleuze y Guattari, citados en Taguena (2009) mencionan que existen tres segmentariedades diferenciadas para construir la identidad de juventud: la segmentariedad lineal, segmentariedad circular y segmentariedad binaria. Estos investigadores plantean una postura crítica hacia la concepción de juventud, mencionando que no solo un rango de edad basta para declarar que una persona es joven, sino que existen otros elementos que deben ser considerados. Dado lo complicado de realizar una segmentación bajo estos principios, se nombra comúnmente a los jóvenes bajo un rango de edad determinado. En el caso del Instituto Nacional Electoral (INE), considera que el voto joven es el emitido por ciudadanos de entre 18 y 29 años.

El voto de los jóvenes resulta importante al representar cerca de 30% del padrón electoral, además de su carácter decisivo en dicho proceso dada su cualidad de primovotante o novato en la participación política convencional y, por tanto, susceptible a mayor persuasión por parte de la propaganda o diversos estímulos políticos. Si bien los estudiantes universitarios representan solo una fracción del total de los jóvenes, resulta interesante por algunas características, ya que estos han transitado por distintas fases escolares que implican, como mínimo, 12 años de estudio. Su formación e integración dentro de estudios superiores señalan su capacidad de resiliencia ante diversos factores que amenazan el desarrollo de los jóvenes en México, desde aspectos familiares, económicos, políticos o sociales y, aunque no necesariamente, conlleva a emitir un voto de manera más razonada.

Una vez delimitados los objetivos, contexto y participantes, queda pendiente la postura teórica para analizar el proceso electoral. Siendo el voto un aspecto tan importante surgen numerosas preguntas sobre la forma en que los ciudadanos observan y evalúan todos los elementos del contexto para determinarlo. Algunos autores, principalmente en el tenor estadounidense, han elaborado distintos modelos para explicar cómo los ciudadanos determinan el voto, destacándose la teoría sociológica, la teoría psicosocial y la teoría de la elección racional. De forma resumida, la teoría sociológica fue formulada por Paul Lazarsfeld a partir de un seguimiento del proceso electoral estadounidense entre

los años cuarenta y cincuenta (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1962). Su análisis demostró que la selección del voto es producto de la pertenencia a determinados grupos sociales (su afiliación religiosa, clase social, residencia rural o urbana) (Montecinos, 2007) y que la campaña, propuestas o debates tenían poca o nula influencia para cambiar la postura previa de los votantes (Picó, 1998; Rospir, 2004). La teoría psicosocial del voto fue formulada por Campbell, Converse, Miller y Stokes a partir del análisis de las elecciones nacionales de 1952 y 1956 (Coombs, 1987). Esta propone que la decisión de votar o no votar y por quien votar está determinada por las actitudes que se tengan hacia el partido, candidato y temas, propuestas o debates de la elección (Meixueiro, 2014). Debido a la enorme cantidad de información, los ciudadanos utilizan mapas o atajos mentales para comprender y generar dichas actitudes. Los grupos de pertenencia funcionan como factores influyentes en la constitución de las actitudes (Haak, 2010). Por último, la teoría de la elección racional, fue adaptada desde la ciencia económica por Antony Downs (1957). Esta postura sostiene que los votantes toman su decisión de manera racional, seleccionando el gobierno que más les beneficie; su motivación se encuentra en la predicción de beneficios que obtenga de las diversas opciones. Bajo esta lógica los votantes evalúan cada posibilidad por separado para poder tomar la que más le convenga.

Aunque se reconoce lo valioso de cada una de las teorías, por sí solas resultan insuficientes para abordar la determinación del voto fuera del contexto estadounidense. Sin embargo, es posible combinar parte de sus supuestos para generar una postura integradora del voto que contemple una mayor cantidad de factores y explique de mejor manera la forma en que este se realiza. Partiendo de la teoría psicosocial del voto, se mantiene la idea de que es determinado por actitudes hacia diversos elementos del proceso, añadiendo las consecuencias de la elección (de la teoría de la elección racional) e influencia de familiares y amigos (de la teoría sociológica), a los ya considerados partidos, candidatos y propuestas como objetos de actitud o factores determinantes de la elección. En suma, esta postura resulta adecuada para analizar las cuestiones que determinan el voto de los ciudadanos. Lo siguiente es atender la forma en que estos factores pueden ser detectados.

En este sentido, uno de los principales problemas de las ciencias sociales radica en la multiplicidad de enfoques y posturas que arroja. Cada disciplina que se asocia a esta denominación integra distintas visiones de la realidad que comúnmente entran en conflictos ontológicos, epistemológicos y metodológicos. Como mencionan Garrido y Álvaro (2007) la discusión en las ciencias sociales ha estado acompañada de reflexiones desde de la filosofía de la ciencia y los avances en las ciencias naturales. Sin embargo, la disputa que las distintas corrientes o escuelas de pensamiento entablan entre sí no representa una debilidad, sino que expresa una riqueza de interpretaciones que se pueden hacer de la realidad.

Bajo este supuesto de multiplicidad de cosmovisiones se desarrolló un estudio con base en dos perspectivas distintas: una cuantitativa que analizó la jerarquía y niveles de los factores en la determinación del voto y otra cualitativa centrada en una concepción del mundo más subjetiva y considerando el significado que los sujetos dotan a la vida cotidiana, a sus acciones y, en este caso, a sus decisiones.² Esta posición del sujeto como constructor e interpretador del mundo aporta elementos importantes para comprender en mayor medida la determinación del voto y los elementos que giran alrededor de este proceso de decisión.

Para poder construir junto con los participantes de la investigación la forma en que conciben la determinación del voto electoral y los factores que se encuentran involucrados en ello, se utilizó la técnica de grupos focales. El grupo focal es una técnica cualitativa que surgió, entre otras cosas, como una alternativa que eliminaba el papel protagónico del entrevistador y propiciaba un ambiente de libertad y apertura al entrevistado. Esta técnica se hizo popular en los estudios de mercadotecnia y evaluación de anuncios televisivos, pero también en investigaciones sociales debido a su potencial para conocer la perspectiva de las personas (Álvarez-Gayou, 2003).

Es preciso señalar que para examinar los significados y actitudes de los jóvenes se encontraron algunas dificultades. Un ejemplo de ello son las contradicciones en los relatos, frases incompletas y, en ocasiones, oraciones sin un sentido aparente. En ningún momento se quiere decir que los participantes no fueron informantes adecuados para la investigación, sino que los aspectos antes mencionados aluden a la propia naturaleza humana, a la complejidad de la conducta y a la dificultad eminente de explicar el porqué de nuestro comportamiento. Además de ello, la subjetividad del investigador juega un papel central en el estudio, ya que este realiza determinadas conjeturas que no necesariamente pudieran ser consideradas por otro analista.³

En su ejecución, se llevaron a cabo dos ejercicios de grupos focales con estudiantes provenientes de los 12 distintos municipios de la región Altos Sur de Jalisco. El proceso se desarrolló en tres fases:

1. Descripción del proceso electoral: Describe de manera breve los aspectos generales del proceso electoral en tu municipio. No existen respuestas correctas o incorrectas, sino que se espera su opinión veraz y honesta.

² En este capítulo se presentan únicamente los resultados de la fase cualitativa del estudio. Para una mayor amplitud de los resultados véase Reynoso (2016).

³ Por cuestiones de espacio no se incluye en el documento el discurso original de los estudiantes durante los grupos focales, pero de igual manera, puede consultarse en: <https://1drv.ms/b/s!Aom4NuIX8cGJgZ8qHgbFEAM84-3IEQ>

2. Pregunta general: ¿Cómo decidieron por quién votar? ¿De qué manera ustedes determinan o deciden por quién votar?
3. Preguntas específicas: ¿Qué tan importante es el candidato y que aspectos del mismo? ¿El partido es importante para determinar el voto y qué aspectos de él? ¿Qué tan importantes son las propuestas, la campaña y el debate? ¿Qué tan importante es la presión de familiares y amigos en la determinación? ¿Qué papel jugaron las redes sociales en la determinación del voto? ¿Qué tan importantes fueron las amenazas, promesas de trabajo, recompensas económicas o compromisos bajo la mesa para determinar el voto?

Una vez descrita por completo la naturaleza del estudio, se presentará el análisis del discurso de los jóvenes estudiantes de la región Altos Sur de Jalisco respecto de los factores inmersos en el proceso de elección de presidente municipal (2014-2015) y la determinación de su voto.

El factor Candidato

Podría decirse que, dentro del discurso de los estudiantes, “el candidato” fue el factor mencionado en mayor medida. Las actitudes hacia este aspecto del proceso electoral fueron muy diversas. Por mencionar un ejemplo, para algunos de los participantes era de suma importancia que el candidato tuviera experiencia política; es decir, que de alguna manera hubiera estado involucrado anteriormente con algún puesto político. Por otro lado, otros consideraban que podía ser peligroso o contraproducente la misma circunstancia, ya que podrían estar predispuestos a la corrupción o malos manejos.

En lo que sí coincidieron fue en la importancia de la actitud, cualidades y forma de relacionarse del candidato. Al parecer, es fundamental que el aspirante al puesto de elección sea una persona amable, honesta y sociable, ya que en algunos casos fue el aspecto que logró tornar la balanza hacia una u otra opción. Incluso, un candidato que no posea dichas cualidades tendrá pocas probabilidades de ganar, como sucedió en Valle de Guadalupe. En dicho municipio, el PAN había gobernado por más de 15 años sin interrupción; sin embargo, según las palabras del participante, el candidato de ese partido no era una persona querida para el pueblo y no ganó la elección. Esta circunstancia no se debió a un mal gobierno anterior, ya que el participante también sostiene que fue una buena administración. A pesar de este ejemplo, asegurar que dicho aspecto es el que señala al ganador, podría no ser correcto. En San Miguel el Alto un candidato con buena reputación y querido por el pueblo por su labor como doctor y director del hospital perdió la elección. El estudiante de dicha ciudad manifestó que a pesar de ser una persona admirada no lo querían como presidente, además de señalar el hecho de que el partido por el que contendía (PRI) no había tenido un buen desempeño.

Otro aspecto que fue nombrado en repetidas ocasiones fue la familia y personas relacionadas con el candidato. En algunos de los relatos de los participantes hicieron mención sobre antecedentes políticos de familiares directos; es decir, padres o hermanos. Al parecer es común que las personas intenten predecir el desempeño de un aspirante al puesto al compararlo con el de su familiar. En el caso de Yahualica, la participante mencionó que un hermano del candidato de PAN había sido presidente anteriormente y no había tenido un buen desempeño. Fue muy claro al mencionar que quería evitar que ganara dicho partido para impedir un gobierno similar. Pero los antecedentes pueden no solo ser malos, ya que en otros municipios, como Valle de Guadalupe, se tenía una buena visión de un candidato por ser hijo de un ex presidente con buen desempeño, aunque al competir en otro partido fue visto como traidor.

Los jóvenes también manifestaron que el aspecto físico no era un elemento que pudiera influir en su voto, pero sí en el de ciertas personas mayores. Algunos de los participantes divagaron un poco sobre las elecciones de 2012 para señalar que familiares o conocidos había votado por Enrique Peña Nieto y Aristóteles Sandoval porque les parecían atractivos. Según los entrevistados, los jóvenes no se ven influidos por dicha circunstancia, pero otros elementos de la imagen del candidato sí pueden importar. En ocasiones la forma de vestir puede generar simpatía o antipatía para los votantes, para algunos el ver a una persona vestida de forma campesina, es decir, como trabajador del campo, es sinónimo de un sujeto que se esfuerza, que es honesto y que sabe lo que es trabajar y “partirse el lomo” (generalmente en los municipios más pequeños). Por otro lado, para algunos participantes ver a un candidato desalineado o en ropa deportiva puede ser un motivo de desprestigio.

Para finalizar con los apuntes sobre el factor de candidato en la determinación del voto, es posible concluir que dicho elemento es de suma importancia para los jóvenes. Las características más importantes en la formación de actitudes recaen en la percepción de confianza, de adecuada relación con la gente, en la experiencia política, el espíritu de servicio y sus valores en general (carisma, amabilidad y honestidad). Algunos aspectos secundarios como la familia o personas relacionadas también se encuentran presentes, mientras que el aspecto físico del mismo no parece ser un asunto fundamental.

El factor Partido

Los participantes fueron muy claros al expresar sus actitudes hacia la dimensión del partido. Para la mayoría de los estudiantes el partido resulta un elemento intrascendente para determinar su voto, incluso fue posible detectar emociones negativas hacia ellos, pero no sucede lo mismo en sus respectivos municipios, principalmente en aquellos que radican en los más pequeños. En su opinión, la mayoría de las personas tiene sentimientos arraigados hacia los

partidos, incluso antes de iniciar el periodo electoral o conocer a los candidatos, su voto está determinado para cierto partido, en su total mayoría para el PRI y el PAN. Los estudiantes de San Julián, Jesús María, Cañadas de Obregón y Valle de Guadalupe insistieron en mayor medida sobre esta circunstancia, señalando una incapacidad de los votantes (adultos mayores principalmente) para considerar las propuestas, la campaña o los candidatos antes de determinar su voto.

Resumiendo los argumentos de los estudiantes respecto del factor del partido, este solo tendrá importancia cuando se trate de evitar que un partido con mal desempeño se mantenga en el poder. En el caso de San Miguel el Alto, a pesar de tener un candidato con buena reputación, los votantes eligieron un partido contrario al considerar que la administración pasada había tenido un mal desempeño. Pero la decisión de por quién votar se realiza de manera estratégica, ya que no se vota por cualquier otra opción, sino por aquella que se encuentre con mayores posibilidades de ganar.

El caso de Tepatitlán presenta aspectos que merecen una reflexión más profunda. En dicho municipio el PAN y el PRI habían alternado el poder, pero en esta ocasión Movimiento Ciudadano (MC) ganó la elección. El participante de dicho municipio señaló que la población se encontraba descontenta con el desempeño de los otros partidos y que era necesario un cambio, pero se mostró sorprendido de que dicho candidato ganara. En su opinión había que darle una oportunidad a nuevos partidos para que pudieran generar un cambio. Pero esto no sucedió en ningún otro municipio, incluso hubo algunos que señalaron al PRD y MC como partidos de relleno y solo contendientes para obtener una regiduría. Parece existir una relación entre el tamaño del municipio y la distribución de los votos, ya que en los de menor población el predominio del PAN y PRI resulta más notorio, mientras que, en Tepatitlán, Arandas y Jalostotitlán, no lleguen a obtener en su conjunto más de 70%.

Factor Campaña y propuestas

En el caso de las campañas y propuestas se encontraron argumentos contradictorios. Por un lado, algunos estudiantes manifestaron actitudes positivas, indicando que estas fueron de suma importancia para determinar su voto. Muchas de las veces indicaron la intención de los partidos de invitar a los jóvenes a distintas actividades o proyectos que generaron una simpatía hacia ellos. Por otro lado, algunos estudiantes dijeron que las propuestas no tuvieron nada que ver en la determinación.

Los participantes de Jesús María y San Julián fueron muy efusivos al momento de explicar sus argumentos en contra de las propuestas de los partidos. Para ellos, las campañas y las propuestas eran un elemento intrascendente para la determinación del voto ya que las promesas e ideas de todos los partidos eran las mismas y en ocasiones realizadas sin fundamento alguno. Era para ellos

molesto que aseguraran acciones y obras si ganaban la elección sin manifestar el “cómo” lo harían. Su lógica funcionaba de la siguiente manera: si no existe mucha diferencia entre las distintas opciones que se me presentan y no tengo elementos para poder creer que alguno tendrá un mejor desempeño, ya que todos prometen las mismas cosas, las propuestas resultan vacías e insignificantes para determinar el voto y los aspectos que inclinarán la balanza se dispersan en otros factores. Los estudiantes de Mexxicacán y Cañadas de Obregón coincidieron también con dichos argumentos, siendo el tamaño de la población un factor común en ellos; es decir, los municipios más pequeños de la región.

Otro aspecto que fue resaltado por los mismos participantes fue la “suciedad” de las campañas. Para ellos las estrategias de los partidos y los candidatos fueron prácticas corruptas y deshonestas, desde los que se involucraron con la Iglesia y los sacerdotes para realizar propaganda, hasta quienes prometían viajes escolares a los niños para que convencieran a los papás. Por otro lado, fueron los estudiantes de Tepatitlán, Arandas y San Ignacio quienes sostuvieron la importancia de las propuestas en la elección. Para ellos, algunas de estas fueron factores decisivos en la determinación del voto. Una de ellas, popular entre los candidatos de MC, es la de tener elecciones posteriores para decidir si el presidente sigue en el puesto o es reemplazado. Para muchos puede resultar atractivo poder intervenir ante un mal desempeño posterior y evitar el sentimiento de arrepentimiento por haber tomado una mala elección. Otras propuestas que generaron un fuerte impacto son aquellas en las que mucha gente va a salir beneficiada. En el caso de Tepatitlán, el participante de dicho municipio señaló que una de las propuestas importantes de la campaña era la de disminuir el precio del transporte público y otorgar ayuda especial a los estudiantes. Considerando el amplio espectro de población beneficiada con la propuesta, el participante la señaló como primordial.

Factor Presión social de familiares y amigos

Dentro de ese factor, la mayoría de los estudiantes reconoció la presencia de sugerencias en el voto por diversos actores. Para algunos, la situación ocurría al tener familiares cercanos dentro de algún partido político, más comúnmente el padre. Ellos recibían una invitación para unirse a las actividades de los partidos (ir a las juntas o colaborar con la campaña), pero en la mayoría de los casos, los estudiantes señalaron rechazar las ofertas.

Dentro de los casos mencionados, los padres se integraban en los partidos políticos más comunes, PRI y PAN, y solicitaban el involucramiento de sus hijos como apoyo. En los casos de San Julián y Cañadas de Obregón los estudiantes rechazaron la oferta al no estar de acuerdo con la postura y propuestas de los respectivos partidos. En el caso de Acatic, el participante señaló que su padre pertenecía al PAN y que en alguna ocasión había sido regidor, entre otros pue-

tos, por lo que percibía que la familia estaba en deuda con el partido. Él mismo señaló que no votaría por otra opción porque de alguna manera sería una traición. Otros estudiantes manifestaron la sugerencia de algunos amigos para influir en su elección.

A pesar de ello, todos coincidieron en mencionar (salvo el caso de Acatic), que la influencia de otros no había generado una incidencia en la forma de concebir el voto, pero resaltaron que no es así para todas las personas, principalmente para los mayores. En las familias (sobre todo en los municipios más pequeños) tienen arraigada una tradición política que no obedece necesariamente a los principios o estatutos de los partidos sino a la elección arbitraria o por un beneficio anterior que realizaron. Esto puede ejemplificarse de la siguiente manera: si en algún momento existió un apoyo para la agricultura, en el que se entregaron semillas o dinero en efectivo para los campesinos y se hizo explícito que fue por la influencia directa de un partido político, en muchos de los casos estos terminan asociando los apoyos como consecuencias de las acciones de un partido específico y persuaden a sus familias y conocidos sobre las ventajas de que determinadas personas se encuentren en el poder.

Aunque actualmente se hace evidente que los programas gubernamentales no se encuentran asociados a ningún partido político, estas prácticas continúan generando en algunas localidades que las personas mayores continúen votando por los mismos partidos sin conocer otros elementos del proceso electoral. Nuevamente se reafirma el argumento de los jóvenes como personas capaces de tomar decisiones de forma independiente, razonada y en busca de los mejores intereses de la comunidad, dejando de lado las posibles sugerencias de los padres, familiares o amigos para elegir a una persona o partido determinado.

Factor Consecuencias de la elección

Cuando se les preguntó a los participantes sobre la posible influencia de las consecuencias de la elección hubo un poco de confusión sobre a qué se refería la pregunta. Después de mencionar que dicho elemento se trataba de aquellas consecuencias positivas o negativas sobre que determinado candidato ganara, como obtener un puesto de trabajo, mantener una beca o programa social, las amenazas o algún tipo de promesa que no entraba dentro de la campaña general del partido, los participantes respondieron de forma contradictoria.

Algunos señalaron que las personas son convenencieras por naturaleza, que se dejan ir por alguna promesa, aunque no estén seguros de que esta pueda ser cumplida. Otros en cambio, dijeron que dicha estrategia no funcionaba para ellos ya que estaban conscientes de que los partidos o candidatos pueden prometer el sol, la luna o las estrellas, pero que jamás te indicaban el cómo lo harían. Ellos también mencionaron que los partidos utilizaron algunas de estas estrategias como el uso de programas sociales y el pago por el voto, aunque

ilustraron sobre algunas maneras de engañarlos para obtener el beneficio y determinar el voto libremente.

Resulta para ellos evidente que las personas mayores son más susceptibles a este tipo de influencia, indicando nuevamente una clara diferencia en la forma de votar de los jóvenes respecto de la de los adultos mayores. Para concluir con este factor, se confirma la poca influencia que ejercen o pudieron ejercer las consecuencias de la elección en el voto de los jóvenes, aunque cabe resaltar que dos participantes (Yahualica y Jalostotitlán) señalaron haber realizado su elección para evitar una consecuencia; es decir, que llegara al poder otro candidato. Por tal motivo, podría decirse que la determinación de su voto estaría centrada en el factor de consecuencia o de alguna manera en el factor de candidato. Será necesario realizar un análisis más profundo del llamado voto estratégico para ubicarlo en una dimensión apropiada de acuerdo con su tipo.

Algunas categorías adicionales

Además de los análisis sobre los factores citados en la postura integradora del voto, fue posible detectar dentro del discurso de los jóvenes constantes menciones hacia aspectos específicos de la conducta electoral de la región. Entre ellas destacan la inclusión de las redes sociales en el proceso (como una nueva plataforma de información y disputa), las estrategias de los partidos (como métodos de los candidatos y partidos para obtener la preferencia electoral que, en la mayoría de las veces, calificaron como sucios), los rasgos marcados de “bipartidismo” (notable predominancia de los partidos PAN y PRI dentro de la región de los Altos) y diferencia entre el “voto de los jóvenes” y el “voto de los adultos” (asociando a estos últimos como la causa del bipartidismo de la zona).

Inclusión de las redes sociales

Las redes sociales se han transformado en una plataforma virtual de campañas, difamaciones, disputas y evidencia fotográfica de los procesos electorales. Al parecer la innovación de esta elección fue el involucramiento de las redes sociales como formas de llevar un mensaje a más personas, sin mencionar sobre la calidad, veracidad o importancia del propio mensaje. Los participantes señalaron que el uso de las redes sociales fue comúnmente para “echar mierda”, donde se creaban perfiles o páginas (en Facebook generalmente) en el que se exponían toda clase de argumentos, fotografías o memes que incluían a los candidatos, partidos u otras personas involucradas en situaciones de diversa índole.

La mayoría de los estudiantes coincidió en que las disputas generadas en redes sociales y los argumentos ahí presentados no generan ningún tipo de influencia en la determinación de su voto, aunque reconocieron que las discusiones sobrepasaban el espacio virtual y se generaban riñas en escenarios públicos. Algunos de ellos percibieron que podrían generar algún tipo de convencimiento en otras

personas, pero que la mayoría de los adultos (en los municipios más pequeños) no tenían forma de acceder a esas plataformas. Sin embargo, creían fervientemente que estas formas de campaña serían más importantes con el paso del tiempo.

Dicho pronóstico de los participantes resulta interesante y algo preocupante, ya que el potencial de las redes sociales como medios de información resulta importante para los partidos políticos por muchos aspectos. En primer lugar, su expansión y cobertura a una enorme cantidad de personas; en segundo, la facilidad, viabilidad y bajo costo; en tercero, su disponibilidad para compartir cualquier tipo de información (video, audio o texto escrito) y, por último, la falta de regularización de normas para la publicación de información. Dentro de este último aspecto, es verdad que el INE establece algunas reglas básicas en cuanto a la cantidad de gasto en las campañas y otros elementos que involucran el uso de redes sociales, pero existen otros elementos que es necesario delimitar, esclarecer y prohibir, dada la innata capacidad de los partidos políticos para innovar en estos ámbitos.

Valdría la pena analizar en mayor medida el papel determinante que pueden jugar las redes sociales en los procesos electorales y sobre algunas sugerencias para el establecimiento de normas adecuadas para su uso, sin afectar el derecho a la libertad de expresión, pero evitando la guerra sucia durante los procesos electorales.

Las estrategias de los partidos

Al abordar este aspecto del discurso podría generarse una clasificación adicional dentro de las estrategias en cuestión de la temporalidad: estrategias para la selección del candidato y estrategias propias de la campaña.

Dentro del primer rubro podemos consignar a todo plan o acción intencionada durante la selección de candidatos o precandidatos. Como se ha expuesto en el capítulo de contexto, los partidos tienen la labor de seleccionar un representante para la elección y cada agrupación toma criterios distintos para dicha tarea. Los participantes detectaron una de las formas comunes de estrategia en esta fase de selección: escoger a un candidato popular para el pueblo. Lejos de buscar un representante con experiencia política o cualidades para ser buen gobernante, muchos de los partidos buscan a una persona que sea reconocida o tenga vínculos importantes con gente económicamente posicionada, con poder de algún otro tipo, o simplemente si estuvo o está actividades que lo involucren con una gran parte de la comunidad como profesores, empresarios o médicos. Aunque esta estrategia no asegura la victoria (como ocurrió en el ya mencionado caso de San Miguel), es una estrategia común entre los partidos.

En el segundo rubro de estrategias durante la campaña, se incluyeron diversas actividades que los candidatos, partidos y personas involucradas realizaron durante el proceso electoral, las cuales se exponen a continuación:

- *Propaganda individualizada.* Este tipo de actividad hace referencia a la campaña política realizada específicamente para cada sector o grupo de ciudadanos, procurando buscarlos en su contexto natural y utilizando un discurso preparado para ello. Por ejemplo, el localizar dónde toman los estudiantes el camión para hablarles de la campaña y cómo pueden involucrarse en proyectos dentro del ayuntamiento.
- *Propaganda con base en intermediarios.* Se enfoca la propaganda con base en intermediarios como un medio de acceder a más población a través de personas representativas, líderes en algún ámbito común o simplemente con la capacidad de entregar un mensaje. Estas personas pueden o no pertenecer al partido. Por ejemplo, la estrategia en Cañadas de Obregón de utilizar a los niños de manera condicionada para mandar un mensaje a los padres.
- *Propaganda oculta.* Se utiliza este tipo de estrategia para mandar un mensaje con contenido político de manera oculta o secundaria. Suele emplearse en redes sociales a través de mensajes con intenciones diferentes, pero que al final, incluyen de alguna manera discreta la presencia de un candidato o partido.
- *Propaganda académica.* Este tipo de estrategia fue nombrada por algunos participantes, donde se busca convencer de buenas propuestas o capacidad para gobernar a través de una redacción complicada y rebuscada dentro de la propaganda, simulando un amplio conocimiento en diversas áreas.
- *Promesas coercitivas.* Esta actividad consiste en la presentación de promesas altamente deseadas por la comunidad, que de alguna manera ejercen una coerción forzada al voto dado lo importante del posible beneficio, incluso cuando este se encuentre muy alejado de la realidad.
- *Compra económica de votos.* Implica la compra consciente de votos a través de dinero en efectivo o regalos extraordinarios a los otorgados en campaña.
- *Adjudicación de obras.* Esta estrategia se concentra en asumir como propia una obra o actividad realizada por alguna administración pasada del mismo partido. Se utiliza para generar un poco de seguridad y certeza en los votantes sobre el posible rumbo que tomaría dicho candidato en el poder y la continuidad de obras específicas.
- *Reemplazo ante mal desempeño.* Esta fue utilizada exclusivamente por algunos candidatos de MC; consiste en una elección posterior para determinar la continuidad del entonces presidente con base en su desempeño.
- *Convenios de poder implícito.* Consiste en establecer relaciones o convenios ocultos con algunos personajes importantes del municipio. En la mayoría de los casos suele hacerse con empresarios poderosos para condicionar un apoyo o beneficio posterior para ellos a fin de asegurar un patrocinio.

Sin embargo, los convenios implícitos no solo son llevados a cabo con empresarios, sino también se realizan con miembros de la Iglesia. Sin aunar mucho en el tema, es innegable el poder de influencia que tiene la religión dentro de la vida de las personas y aunque su involucramiento no está permitido, los participantes señalaron claros vínculos de asociación entre candidatos y curas o sacerdotes. Por último, y menos deseado, son los convenios de poder con las organizaciones delictivas o narcotraficantes de los municipios. Aunque ninguno de los estudiantes fue claro al expresar este tipo de relación entre estos personajes que suelen ser reconocidos dentro de cada comunidad, existe el establecimiento de acuerdos para evitar que otros grupos compitan por la llamada “plaza” entre otros asuntos de mutuo interés.

- *Convenios de poder explícito.* Este tipo de convenios se realiza de manera pública para asegurar una buena relación con instancias superiores o de mayor rango. Suele usarse a distintos personajes políticos para ello, destacando gobernadores, diputados y hasta el presidente de la República.
- *Apoyo administrativo.* Utilizada por los partidos que se encuentran en el poder durante el proceso electoral para apoyar al nuevo candidato y mantener el poder. El apoyo puede consistir en financiamiento para la campaña, brindando apoyo económico o recursos de otro tipo propios de la administración. Además de ello, se utiliza el apoyo social, el cual consiste en el involucramiento del candidato en actividades de la administración que le permiten “catapultarse”, como pueden ser eventos públicos o su presencia en la entrega de programas de apoyo social.
- *Metadiscursio.* Este tipo de estrategia es utilizada particularmente por los partidos o candidatos secundarios. Consiste en realizar un análisis público de la contienda electoral, posicionándose como una opción diferente y expresando austeridad, honestidad y cercanía con la gente. También es utilizado el uso de temas críticos, controversiales o emblemáticos para tener el apoyo específico de un grupo social.
- *Obsequios de campaña.* Es la estrategia más común y utilizada, consiste en entregar durante la campaña diversos artículos de utilidad a los votantes con la insignia de los partidos o realizar comidas en diversos sectores para lograr la simpatía.
- *Contracampaña.* Se entiende como contracampaña a toda actividad realizada por los partidos, candidatos o personas relacionadas para desacreditar, sabotear, agredir o perjudicar a otro. Estas acciones pueden ser llevadas a cabo mediante chismes, rumores y revelación de aspectos íntimos o pasados de los candidatos, familiares u otras personas. Recientemente las redes sociales fungieron como la plataforma ideal y preferida para esta estrategia. Este tipo de estrategia merece su propio análisis par-

ticular, ya que existen una gran cantidad de prácticas de contracampaña; en ocasiones esta puede presentarse de manera directa a través de un comunicado o ataque discursivo, pero en otras, desarrollarse tan sutilmente que resulta imperceptible a través de noticias periodísticas o falsos integrantes de partidos.

Es posible cuestionar el sentido ético de muchas de estas estrategias que se ejecutan cotidianamente, las cuales son consideradas por los estudiantes como “campañas sucias”. Aunque el INE establece normas para tratar de equilibrar y evitar este tipo de acciones, resulta complicada la supervisión y sanción adecuada de estas actividades prohibidas. Incluso, y sin detallar mucho al respecto, algunos partidos juegan con las reglas y las multas calculando el costo-beneficio de una sanción a costa de una mayor cantidad de votantes.

Estas estrategias son empleadas por la mayoría de los partidos o candidatos en los distintos municipios de la región Altos Sur de Jalisco. Con ello no quiere decir que todas ellas sean ejecutadas en un mismo municipio o por todos los actores del proceso electoral, sino que, en determinadas comunidades, algunas de ellas son más utilizadas, convenientes o necesarias. Resulta evidente considerar que existen otro tipo de estrategias que se utilizan en elecciones federales y no fueron citadas en las anteriores; sin embargo, este análisis se limita al discurso de los participantes respecto del proceso electoral municipal.

Signos del bipartidismo

Desde que los participantes comenzaban a describir el proceso electoral de sus respectivos municipios, comenzaban con frases como: “yo solo recuerdo a los del PRI o PAN” o “los partidos principales son PRI y PAN, son los únicos que existen”. Algunos de ellos mostraron sentimientos negativos ante este aspecto común de la vida política de los municipios, indicando que mucha gente tenía el voto determinado incluso antes de conocer a los propios candidatos o sus propuestas. Este hecho se hizo más evidente en las comunidades más pequeñas como Cañadas de Obregón, Valle de Guadalupe, Jesús María y Mexiticacán. Los estudiantes manifestaron que siempre ocurría una disputa entre estos dos partidos, describiendo que siempre había uno más dominante, pero que alternaba ante un mal candidato o una mala administración. Incluso, mencionaron que a pesar de que un buen candidato, querido por el pueblo o con antecedentes familiares de importancia para la comunidad, no tiene una oportunidad de competir dado lo arraigado del sentimiento hacia el PAN o el PRIR respecto de otros partidos, ellos los clasificaban como “de relleno”, ya que sabían que no aspiraban a nada y buscaban solo una regiduría.

Con estos argumentos podría reforzarse, una vez más, la idea de que la zona es completamente bipartidista, dejando a otros aspirantes o partidos

políticos fuera de la jugada, pero esta situación no ocurrió en todos los municipios de la región y tampoco de forma contundente. En primer lugar, en Tepatitlán de Morelos fue electo, por primera ocasión, un candidato proveniente de un partido distinto a los ya mencionados, en este caso, MC. El participante de Tepatitlán señaló que existía un hartazgo de los ciudadanos respecto de los otros partidos políticos, así mismo, considerando como buenas las propuestas del candidato. Además de este caso, en municipios como Arandas, Jalostitlán y San Ignacio Cerro Gordo el porcentaje de votos de los partidos PAN y PRI no superó 70% del total de votantes (65%, 69% y 55% respectivamente), lo cual podría augurar el inicio y desarrollo de un cambio en la perspectiva política de los municipios de la zona.

Diferencia entre el “voto de los jóvenes” y el “voto de los adultos”

Un aspecto redundante dentro del discurso de los participantes fue el señalamiento de una forma distinta de ejercer el voto entre jóvenes y adultos. Estuvieron de acuerdo en que los jóvenes tienen una perspectiva más crítica que las personas de mayor edad, aunque pueden existir casos en los que la influencia familiar o las promesas de empleo puedan generar una fuerte coerción.

Respecto del voto de las personas mayores, no fueron totalmente específicos en la delimitación de “voto adulto”; sin embargo, en lo que sí hubo un consenso fue en señalar que estas tienen su voto preestablecido, partidista y comúnmente inmutable. En dicha postura existe un elemento contradictorio ya que también mencionaron que las personas mayores son fácilmente manipulables a través de regalos, propaganda o con el aspecto físico de los candidatos. Si las personas tuvieran el voto determinado, ninguno de los factores mencionados generaría un cambio de perspectiva. A pesar de ello, los participantes de los municipios más pequeños fueron los más efusivos al momento de expresar sus sentimientos.

Podría decirse que más que un voto determinado o de fácil manipulación, los jóvenes se referían al voto adulto como “no razonado”; es decir, concebido a la ligera y sin tener una postura reflexiva sobre sus posibles consecuencias. Desde su perspectiva, es muy complicado que las personas mayores puedan acceder a toda la información que circula en redes sociales, la cual permite conocer en mayor medida a los personajes dentro de los procesos electorales, sus características, ventajas y desventajas. Además de ello, pronosticaron un cambio en la política de la región en el próximo salto generacional.

Conclusiones

La determinación del voto de los jóvenes universitarios de la región Altos Sur de Jalisco está inmersa en una serie de prejuicios, creencias y emociones sobre distintos elementos del proceso electoral. En el proceso de decisión entran en contradicción las prioridades de los jóvenes entre lo que leen, escuchan, influ-

yen, creen y practican. Entre lo que es considerado correcto e incorrecto; entre lo que les disgusta y lo que agrada; entre lo que les beneficia y los perjudica. Un voto autoproclamado como racional y evaluativo, escondiendo una fuerte carga emocional y con ánimos de agencia e independencia, asumiendo que se consideran las propuestas, pero ocultando las emociones, confianza o desconfianza que cada opción inspira.

Bibliografía

- Aguilar, R. (2014). ¿Importa el género del candidato?: análisis del efecto de la candidatura de Josefina Vázquez Mota en el comportamiento político de las mujeres. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 64-90). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Alonso, J. (1993). *El rito electoral en Jalisco*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/El Colegio de Jalisco.
- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Paidós.
- Coombs, C. H. (1987). *Angus Campbell 1910-1980 (Biographical memories)*. Washington D.C., Estados Unidos: National Academy of Sciences.
- Díaz, A. (2014). Bases sociales del voto. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 41-62). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Downs, A. (1957, abril). An economic theory of political action in a democracy. *The Journal of Political Economy*, 65 (2), 135-150.
- Fábregas, A. (1986). *La formación histórica de una región: Los Altos de Jalisco*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Garrido, A. y Álvaro, J. L. (2007). *Psicología social: perspectivas psicológicas y sociológicas*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Guerrero, M., Rodríguez, E. y Machuca, C. (2014). Consumo informativo y culturas cívicas: el papel de internet y las audiencias proactivas. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 229-264). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Haak, S. D. (2010). *Los enfoques teórico sobre el comportamiento electoral*. Recuperado el 22 de marzo de 2015 de http://fhu.unse.edu.ar/carreras/soc/socpolitica/enfoque_comp_electoral.pdf
- Instituto de Información Estadística y Geográfica-IEEG. (2010). Sistema de Consulta Interactiva Sociodemográfica. Recuperado el 19 de octubre de 2015 de <http://www.ieeg.gob.mx/sicis/index.php#ieeg>
- Instituto de Información Estadística y Geográfica-IEEG. (2015, 26 de enero). Distribución de la población en la nueva regionalización de Jalisco. Recuperado el 19 de octubre de 2015 de <http://www.ieeg.gob.mx/contenido/GeografiaMedioAmbiente/DistribucionNuevaRegionalizacion.pdf>

- Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco-IEPJC. (2016, 10 de marzo). Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco. Recuperado de <http://www.iepcjalisco.org.mx/proceso-electoral-2015>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal-INADEF. (2010). Jalisco. Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Recuperado el 19 de octubre de 2015 de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM14jalisco/regionalizacion.html>
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. y Gaudet, H. (1962). *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires, Argentina: Edición 3.
- Maldonado, G. (2014). Intermediarios políticos y comportamiento electoral en México: dime con quién hablas y te diré por quién votas. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 173-200). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Meixueiro, G. (2014). Los electores independientes en México en 2006 y 2012. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 141-171). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Montecinos, E. (2007). Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. *Revista de Ciencias Sociales*, XIII (1), 9-22.
- Picó, J. (1998). Teoría y empiria en el análisis sociológico: Paul F. Lazarsfeld y sus críticos. *Papers*, 54, 9-48.
- Reynoso González, O. U. (2016). Factores, significados y actitudes en la determinación del voto de jóvenes universitarios en el proceso electoral 2014-2015. Una perspectiva regional. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, Jalisco México. Disponible en <https://1drv.ms/b/s!Aom4NuIX8cGjgZ8qHgbFEAM84-3IEQ>
- Rospir, J. I. (2004). Lazarsfeld in memoriam. The People's choice y Voting cumplen setenta y cincuenta años. *Doxa Comunicación* (2), 27-39. Recuperado el 22 de marzo de 2015 de http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/lazarsfeld02.pdf
- Taguena, J. (2009). El concepto de juventud. *Revista Mexicana de Sociología*, 71 (1), 159-190.
- Wals, S. (2014). Comportamiento político y migración. En G. Meixueiro y A. Moreno (Coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012* (pp. 281-316). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.