

RESULTADOS GRUPOS FOCALES

Estudio cualitativo / IEPC Jalisco

AGOSTO - SEPTIEMBRE 2023



Presentación

Los grupos focales (o focus group) son un herramienta de investigación cualitativa a través de la cual se extrae la opinión de un grupo de personas respecto de algún tema social, político o de algún producto o servicio.

La técnica consiste en una entrevista grupal que busca generar una discusión provocada por un moderador/a para obtener de las y los participantes sus opiniones, percepciones y posturas respecto de los temas objeto de estudio.

El **objetivo general** del presente estudio es identificar las actitudes, creencias y valores de la ciudadanía en relación con la importancia del voto en las elecciones, así como explorar las razones detrás de las decisiones de la ciudadanía para votar o no votar, incluyendo las percepciones de las barreras y obstáculos.



Grupo focal #4: ZMG Hombres

Objetivos específicos

1. Identificar los temas y problemas que la ciudadanía considera importantes en las elecciones estatales o municipales, así como las preocupaciones y necesidades específicas de los diferentes grupos de ciudadanos/as.
2. Identificar las formas en que la ciudadanía busca y consume información sobre las elecciones y las candidaturas, y cómo pueden ser mejor alcanzados y motivados a participar en el proceso electoral.
3. Evaluar la efectividad de los diferentes canales y estrategias de difusión del voto, así como los mensajes y materiales utilizados.
4. Identificar las necesidades y expectativas de la ciudadanía en relación con la organización y el proceso electoral, incluyendo la accesibilidad de los centros de votación y la transparencia y seguridad del proceso.
5. Identificar posibles estrategias para abordar las barreras y obstáculos de la participación electoral, para mejorar la efectividad de la difusión del voto, así como la transparencia y la seguridad del proceso.



Grupo focal #7: ZMG Mujeres

Metodología

Se realizaron 10 grupos focales (2 en la Zona Metropolitana de Guadalajara y 8 en el interior del estado, considerando el sexo y la edad).

Los grupos focales de la ZMG fueron realizados en Cámara de Gesell, los del interior del estado en salones de hoteles.

A todos los participantes se les seleccionó de acuerdo con el perfil sociodemográfico (sexo, edad y municipio de residencia) y se les otorgó una remuneración económica en compensación por su tiempo.

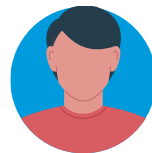
Grupo Focal	Área / Cabecera distrital	Fecha de realización
1	Tequila	Jueves 17 agosto
2	Lagos de Moreno	Viernes 18 de agosto
3	La Barca	Viernes 18 de agosto
4	ZMG (Hombres)	Lunes 21 de agosto
5	Jocotepec	Miércoles 23 de agosto
6	Tepatitlán de Morelos	Lunes 21 de agosto
7	ZMG (Mujeres)	Martes 22 de agosto
8	Zapotlán el Grande	Jueves 24 de agosto
9	Autlán de Navarro	Viernes 25 de agosto
10	Puerto Vallarta	Lunes 28 de agosto

LO QUE MÁS Y MENOS SE DISFRUTA DE VIVIR EN SU CIUDAD

Algunos de los aspectos que más se valoran del lugar donde se vive es la disponibilidad de áreas verdes y la accesibilidad a los servicios públicos (transporte, hospitales, escuelas, etc.). También la oferta cultural y la sensación de seguridad.

Caso contrario, lo que menos se disfruta es la sensación de inseguridad, la contaminación, los problemas de movilidad urbana y el ruido.

HJ



Los hombres jóvenes valoran el acceso al transporte público eficiente, sentirse seguros y en un ambiente tranquilo, con todos los servicios a la mano. No disfrutaban la inseguridad, ni la falta de empleo.

- *“La comodidad, por ejemplo, de una ciudad que tiene todo. Que puedes encontrar centros comerciales para que puedas comprar todo lo que necesitas”. (30 años, ZMG).*
- *“Dada la situación de seguridad para mí es difícil responder esta pregunta ahora porque me da miedo salir a trabajar”. (Persona no binaria, 22 años, Lagos de Moreno).*
- *“No hay tráfico ni contaminación lo que menos le gusta es que no hay nada que hacer”. (34 años, Tepatlán).*
- *“Pues la calidad de vida, porque hay universidades, hospitales, entonces tenemos como que esa calidad de vida de que sabes que pues dentro de todo hay muchos servicios”. (27 años, ZMG).*

MJ



Las mujeres jóvenes valoran la posibilidad de moverse libremente gracias al transporte, sentirse seguras, estar cerca de su familia y el acceso a la cultura. No disfrutaban la contaminación, la tala de árboles y la sensación de inseguridad.

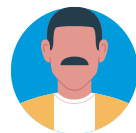
- *“Se puede mover una fácilmente por la ciudad y hay más seguridad que en otros lugares”. (30 años, ZMG).*
- *“Lo que menos disfruto es el transporte público porque no hay muchas rutas y que en Tonalá no hay movimientos culturales”. (20 años, ZMG).*
- *“Lo que no me gusta es que los precios están muy elevados. Hay otras cosas buenas, tiene muchos lugares bonitos que visitar, paisajes bonitos, lugares para caminar”. (26 años, Tequila).*
- *“Estar cerca de mi familia, conocer a las personas, tradiciones de las fiestas de enero”. (32 años, Jocotepec)*

LO QUE MÁS Y MENOS SE DISFRUTA DE VIVIR EN SU CIUDAD

Las personas adultas disfrutan el ambiente tranquilo y la disponibilidad de servicios, se vuelve a destacar la importancia de un transporte público eficiente y una movilidad urbana funcional.

No disfrutan la contaminación ni la deforestación de áreas verdes, el ruido o el turismo sin regulación. Disfrutan vivir en comunidad y conocer a sus vecinos/as.

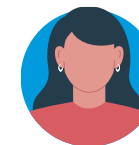
HA



Los hombres adultos valoran el ambiente tranquilo, la movilidad urbana funcional y la ubicación de donde viven. No disfrutan sentirse inseguros, la contaminación del suelo ni la sobrepoblación.

- *“Antes de esto que pasó, la tranquilidad. Al ser una ciudad pequeña había tranquilidad”.* (55 años, Lagos de Moreno).
- *“La comunicación entre las personas, la unión y la tranquilidad”.* (58 años, Jocotepec)
- *“Existe una sobrepoblación y gracias a eso, pues francamente, la zona céntrica, se está llenando mucho de personas”.* (Adulto, ZMG).
- *“Los químicos que contaminan mucho la tierra. Está perjudicando a toda la gente.”* (64 años, Zapotlán).
- *“Seguridad, y no sentir miedo al momento de salir a la calle, el trabajo, las distancias son más cercanas”.* (38 años, Puerto Vallarta)

MA



Las mujeres adultas disfrutan la amplia oferta cultural, el sentir que ellas y su familia están seguras, las áreas verdes, estar básicamente en un espacio tranquilo.

No disfrutan el turismo en exceso, la inseguridad, el desorden del transporte público ni la falta de cultura vial.

- *“No hay suficientes camiones en las rutas y hubo cambios de números en los camiones. No hay suficientes zonas peatonales”.* (57 años, ZMG).
- *“Ya no se disfruta, ya no hay paz, hay mucho turismo y ciudadano externo. Antes cuando no había mucho turismo en Tequila se vivía muy tranquilo”.* (50 años, Tequila)
- *“Aún se siente seguro”.* (55 años, Tepetitlán).
- *“El clima y que es un lugar muy familiar, o sea, no hay tanto peligro”.* (49 años, Autlán).
- *“La tranquilidad ya no”.* (40 años, Lagos de Moreno).

LO QUE MÁS Y MENOS SE DISFRUTA DE VIVIR EN SU CIUDAD

Tanto las personas que habitan en la Zona Metropolitana de Guadalajara, como en municipios del interior del estado; coinciden en que los aspectos que más disfrutan es la tranquilidad, el acceso a servicios y actividades de ocio y la disponibilidad de áreas verdes.

No disfrutan sentirse inseguros, la mala planeación urbana, el turismo sin regulación y la falta de empleo.



ZMG

Los hombres de la ZMG coinciden en que disfrutan que su ciudad tenga muchas opciones de recreación y de servicios básicos, amplias oportunidades de empleo y conectividad en el TP. No disfrutan la inseguridad, el tráfico y el encarecimiento de la vivienda.

- *“Pero yo creo que además de la seguridad, tiene que ver con el precio de la vivienda, y lo difícil que es conseguir un lugar para vivir respecto a cómo era de 5 años”.* (Hombre, 30 años)



INT.
ESTADO

Los hombres del interior del estado coinciden en que disfrutan en general del ambiente tranquilo, la comunidad que aún se mantiene y la cultura de dónde viven.

No disfrutan la mala planeación urbana, la contaminación ni la inseguridad.

- *“No hay tráfico ni contaminación lo que menos me gusta es que no hay nada que hacer”.* (34 años, Tepatlán)
- *“Seguridad, y no sentir miedo al momento de salir a la calle, el trabajo, las distancias son más cercanas”.* (33 años, Pto. Vallarta).



ZMG

Las mujeres de la ZMG coinciden en disfrutar la disponibilidad de áreas verdes, el ambiente tranquilo y la confianza de sentir a su familia segura. No disfrutan el desorden del TP, la falta de conectividad de los municipios más alejados de GDL y la inseguridad.

- *“Suele ser muy ruidosa y en la noche el transporte es de difícil acceso”.* (23 años, ZMG)
- *“No hay mucha cultura vial ni respeto a los peatones”.* (37 años, ZMG).



INT.
ESTADO

Las mujeres del interior del estado coinciden en disfrutar de una comunidad donde todos se conocen, perciben como seguro el lugar donde viven. No disfrutan el turismo sin regulación ni el alza de precios.

- *“Tranquilidad, conocer la gente, arropaje por parte de las personas”.* (32 años, Jocotepec)
- *“Cuando se hacen fiestas en el centro, mucha gente no tiene la cultura de dejar limpios los espacios”.* (23 años, Zapotlán).

EL BUEN CIUDADANO/A

En general, las personas relacionan el ser un buen ciudadano/a a acciones como la participación activa en su comunidad, el respeto a las normas y a las personas, la empatía, ser trabajador/a y el cuidado de su entorno.

Se le asocian valores como el respeto, solidaridad, tolerancia, empatía y honestidad.

También, ser un buen ciudadano/a está relacionado a cumplir sus responsabilidades cívicas, como votar e informarse.

HJ



Para los hombres jóvenes el ser un buen ciudadano/a significa cumplir sus responsabilidades e iniciar desde casa a practicar valores como el respeto a las demás personas y a las normas. Defender al pueblo ante las injusticias y generar propuestas para mejorar su entorno.

- *“Generar propuestas para mejorar tu comunidad y el lugar donde trabajas”. (30 años, Puerto Vallarta).*
- *“Apegarse a las leyes y defender al pueblo frente a las injusticias”. (23 años, Tequila)*
- *“Es que tenga participación, que sea muy participe en diferentes cuestiones, tanto políticas, qué sucede dentro de la ciudad, porque a veces muchas personas simplemente ignoran lo que pasa”. (24 años, ZMG)*
- *“Pues que sea empático, o sea de que, pues si estás viendo a alguien mal tratar de ayudar”. (27 años, ZMG)*
- *“De cumplir con tus responsabilidades y respetar la libertad de los demás”. (30 años, ZMG)*

MJ



Para las mujeres jóvenes el concepto de buen ciudadano/a tiene relación con la atención que le prestas a tu entorno, la empatía que existe hacia otras personas y el respeto y cuidado al medio ambiente. Cuestionar todo, escuchar las opiniones de los demás y aportar lo que consideres necesario.

- *“Una persona que respeta a las demás y los espacios donde está. Por ejemplo, no dejar basura, un buen ciudadano sabe que eso no contribuye a mantener limpia la ciudad. Tener esos valores y concientización”. (23 años, Zapotlán)*
- *“Cuestionar. Si no cuestionas, haces lo que te dicen sin saber por qué, en qué afecta”. (25 años, Tequila)*
- *“Hacer válida la opinión de todos”. (24 años, ZMG)*
- *“Los valores como el de la limpieza. Respeto, respeto al medio ambiente”. (31 años, Autlán)*
- *“Aportación de lo que tu creas que es necesario”. (26 años, Puerto Vallarta)*

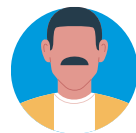
EL BUEN CIUDADANO/A

En general, las personas relacionan el ser un buen ciudadano/a a acciones como la participación activa en su comunidad, el respeto a las normas y a las personas, la empatía, ser trabajador/a y el cuidado de su entorno.

Se le asocian valores como el respeto, solidaridad, tolerancia, empatía y honestidad.

También, ser un buen ciudadano/a está relacionado a cumplir tus responsabilidades cívicas, como votar e informarse.

HA



Los hombres adultos consideran que un buen ciudadano es principalmente quien respeta y sigue las normas, tanto sociales como formales. Personas trabajadoras, que no se meten con los demás y que buscan ayudar,

Un buen ciudadano tiene responsabilidad civil y acude a votar.

- *“Tener responsabilidad con lo que se tiene que hacer, por ejemplo, ir a votar y también el respeto”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“Que ayude a la gente, a los vecinos”*. (50 años, Lagos de Moreno)
- *“Cuando hace un buen servicio hacia la comunidad”*. (Hombre adulto, Jocotepec)
- *“Respetar las reglas del municipio, empatizar con la gente”*. (37 años, La Barca)
- *“Respeto a las reglas de convivencia”*. (52 años, ZMG)

MA



Las mujeres adultas identifican el votar y participar en los procesos de elección como características del buen ciudadano/a. Los valores de la persona, ser empática, no ser indiferente, participar en su entorno y respetar a las demás personas.

- *“Ayudarnos entre vecinos, poner nuestras quejas con el gobierno y que se nos tome en cuenta”*. (49 años, Autlán)
- *“No es indiferente con los demás, apoyar a otras personas”*. (36 años, Puerto Vallarta)
- *“Responsabilidad de ir a votar, seguir las reglas como ciudadanos, participar en algo que nos agrade, acercarnos a lo que nuestro entorno pueda mejorar”*. (36 años, Puerto Vallarta)
- *“Votar para elegir a nuestros gobernantes”*. (56 años, ZMG).
- *“Ser una respetada, pero para ser una persona respetada debes respetar a los demás”*. (50 años, La Barca)

EL BUEN CIUDADANO/A

Tanto las personas que habitan en la Zona Metropolitana de Guadalajara, como en municipios del interior del estado; coinciden en las características generales mencionadas anteriormente.

La principal diferencia radica en que las personas de municipios del interior mencionan con más frecuencia la importancia de construir comunidad (y aspectos relacionados) para ser un buen ciudadano, mientras que en la ciudad la definición se apega más al cumplimiento de reglas y responsabilidades.

ZMG

Las personas en la Zona Metropolitana le prestan especial atención al respeto a las demás personas y a las normas como aspectos que definen a un “buen ciudadano” el no meterse con los demás y cumplir sus responsabilidades son valorados dentro de esta categoría.

- *“De cumplir con tus responsabilidades y respetar la libertad de los demás. Básicamente pagar tus impuestos o las obligaciones que tengas para que la administración, servicios públicos funcione de la manera que tiene”*. (Hombre, 30 años. ZMG)
- *“Soy idealista y considero que el voto es un factor de cambio, un compromiso ciudadano para luchar contra la corrupción”*. (Mujer, 23 años. ZMG)
- *“Respeto a las reglas de convivencia”*. (Hombre, 52 años. ZMG)
- *“Pues que respete todos los reglamentos, como por ejemplo que respete, pues como en el transporte público, que respeten los asientos que son para las personas de mayor edad o que no pueden ver”*. (Hombre, 28 años. ZMG)

INT. ESTADO

Las personas provenientes de municipios del interior del estado, si bien valoran lo descrito anteriormente en la ZMG, mencionan con mayor frecuencia la importancia de participar en su comunidad y procurar el bienestar del entorno, tanto ambiental, social y político. Para ser un buen ciudadano/a es indispensable conocer a tu comunidad y proponer constantemente aspectos para su mejoría.

- *“Ayudar hasta al mismo gobierno, tener iniciativa”*. (Hombre, 35 años. Atlán)
- *“Apegarse a las leyes y defender al pueblo frente a las injusticias”*. (Hombre, 20 años. Tequila)
- *“Generar propuestas para mejorar tu comunidad y el lugar donde trabajas”*. (Hombre, 30 años. Puerto Vallarta)
- *“Que comprenda a su pueblo, no me considero una buena ciudadana”*. (Mujer, 34 años. La Barca)
- *“Respetar la comunidad”*. (Mujer, 30 años. Jocotepec)
- *“Ayudarnos entre vecinos, poner nuestras quejas con el gobierno y que se nos tome en cuenta”*. (Mujer, 49 años. Atlán)

TEMAS DE PREOCUPACIÓN

En general, temas como la inseguridad, el alza de precios, contaminación, el acceso al agua y a la vivienda son de los principales puntos que preocupan a las y los participantes.

La movilidad, la calidad de las calles y la salud son temas también mencionados, pero en menor medida.

Cabe mencionar que aspectos como la inseguridad y la salud son abordados de manera diferente según el segmento del que hablemos.

HJ



Para los hombres jóvenes los temas de preocupación oscilan entre la inseguridad, la dificultad de acceder a una vivienda y el transporte. Específicamente en el tema de inseguridad, les preocupa el crimen organizado y la creciente ola de desapariciones.

- *“De seguridad, lo platico con mis amigos y compañeros de trabajo”. (22 años, persona no binaria). Lagos de Moreno*
- *“Lo carísimo que están las casas en renta. Se han beneficiado de cobrarlas por día”. (31 años, Tequila)*
- *“Yo creo que ahorita más que nada el tema de la inseguridad, pues que está pésimo y más aquí en el estado de Jalisco”. (22 años, ZMG)*
- *“En mi caso, los temas que más se hablan, pues el narco, o sea que tienen que ver con todo esto de las fosas clandestinas, las desapariciones, la inseguridad”. (24 años, ZMG)*
- *“Construcciones, tema del agua, precio de terrenos”. (33 años, Tepatlán)*

MJ



Para las mujeres jóvenes la inseguridad también se encuentra entre sus principales temas de preocupación. Mencionan puntos como la incertidumbre, la educación y salud. Cabe agregar que la preocupación en la educación radica más en la que reciben sus hijos, y sobre la salud, en la falta de medicamentos.

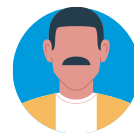
- *“La inseguridad y la incertidumbre de salir de tu casa y no saber a qué está expuesta. El aumento del precio en la comida básica del hogar, la situación económica y la falta de aumento en los salarios”. (28 años, ZMG)*
- *“La inseguridad y la necesidad de llegar temprano al hogar para no ser asaltada y alcanzar a sus horas al transporte público”. (24 años, ZMG)*
- *“El tema de la escuela, se supone que hasta apoyo para los útiles escolares pero no es suficiente”. (30 años, La Barca)*
- *“Falta de medicamentos”. (30 años, Tepatlán)*
- *“Yo que soy mamá platico con otras mamás sobre el bullying y la educación de los niños”. (31 años, Autlán)*

TEMAS DE PREOCUPACIÓN

Las personas adultas comparten los temas de preocupación mencionados anteriormente en el segmento de jóvenes. La diferencia radica en que en este segmento comienza a cobrar más relevancia el aspecto de la salud, el alza de los precios y la falta de trabajos y condiciones dignas en los mismos.

A las personas adultas les preocupa la situación con el crimen organizado, la falta de áreas verdes y la poca regulación de los centros nocturnos (bares, cantinas, antros, etc.).

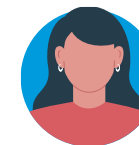
HA



A los hombres adultos les preocupa la inseguridad, en específico el crimen organizado. Además de ello, es relevante señalar que en este segmento se trae al tema de conversación la falta de trabajo y de seguridad social en el mismo. La falta de acceso a servicios de salud y las enfermedades se incluyen también.

- *“Que hubiera más fuentes de trabajo y mejores pagados”. (55 años, Lagos de Moreno)*
- *“No hay agricultura, éramos el centro del maíz”. (37 años, La Barca)*
- *“Poco apoyo en los trabajos , trabajos mal pagados., sueldos bajos”. (36 años, Tepatitlán)*
- *“La enfermedad”. (36 años, Puerto Vallarta)*
- *“Siempre la recomendación, es cuidado con lo que dices porque no sabes si el de al lado o enfrente se dedica a algo de lo que tú estás mencionando, que generalmente esas actividades ilícitas no y el hecho de que la cultura del narco permea una sociedad como la tapatía sí es muy preocupante”. (52 años, ZMG)*

MA



A las mujeres adultas les preocupa la inseguridad, pero con un enfoque orientado al peligro que sus hijas e hijos corren, donde también relacionan el consumo de drogas. El alza de precios, la dificultad para rentar una vivienda, los bajos sueldos y la ineficacia de los gobiernos son de los temas mayormente mencionados.

- *“La seguridad, pues los hijos. Ya no es como antes. Aunque sean de la colonia no los conoces, no hay comunicación”. (45 años, Tequila)*
- *“Ya no hay casas para rentar un mes. \$1800 diario, pues no”. (40 años, Tequila)*
- *“Los problemas de las escuelas secundarias que existen drogas”. (49 años, Tepatitlán)*
- *“Seguridad de las personas desaparecidas, el crimen organizado metido en todos lados”. (36 años, Puerto Vallarta)*
- *“Libros de textos de la SEP”. (57 años, ZMG)*
- *“El tema político, las próximas elecciones, las vistas en redes sociales”. (38 años, Jocotepec)*

TEMAS DE PREOCUPACIÓN

Si bien, tanto las y los participantes de la Zona Metropolitana, como de los municipios del interior del estado coinciden en la mayoría de los temas de preocupación, es importante señalar que las personas en la ZMG ven con preocupación la inseguridad a través de los asaltos y la infiltración del narco en la sociedad, mientras que en el interior se habla más de desapariciones.

Aspectos como la deforestación y la contaminación son también abordados de manera específica por personas que viven en el interior del estado.

ZMG

En la Zona Metropolitana la preocupación de la inseguridad se traduce al miedo a ser asaltado/a (específicamente en el transporte público), así como a la filtración del crimen organizado en la sociedad. El acceso a la vivienda y el alza en el cobro de impuestos y multas son también aspectos que preocupan.

- *“En mi caso, los temas que más se hablan, pues el narco, el narco, o sea que tienen que ver con todo esto de las fosas clandestinas, las desapariciones, la inseguridad”*. (25 años, hombre)
- *“Pues la vivienda, sobre todo de que ahora ya piden aval y con graval menor lo que piden, no entonces”*. (22 años, hombre)
- *“Corrupción de del Gobierno, que es parte de los problemas de inseguridad y de vivienda, también si no existiera ese contubernio con el Gobierno, este no habría tanta tanto crimen organizado o no tendría tanto poder y tampoco habría tanta crisis inmobiliaria que ha generado”*. (36 años, hombre)
- *“La inseguridad y la incertidumbre de salir de tu casa y no saber a qué está expuesta. El aumento del precio en la comida básica del hogar, la situación económica y la falta de aumento en los salarios”*. (28 años, mujer)
- *“Deficiencia en las obras públicas especialmente en la temporada de lluvias”*. (24 años, mujer)

INT. ESTADO

Las personas provenientes de municipios del interior del estado consideran la inseguridad como un tema de preocupación, la diferencia es que suelen relacionarla más a las desapariciones, no así con los asaltos u otros hechos delictivos.

Un aspecto importante es que es en este segmento donde se aborda la preocupación por la contaminación y la deforestación, contrario a las personas en la ZMG.

- *“De la naturaleza y cómo están desapareciendo los parques. También de la ciudad, a mí como padre de familia me preocupa”*. (51 años, hombre. Autlán)
- *“Del medio ambiente y de la violencia que se vive”*. (31 años, mujer. Autlán)
- *“Los desarrollos inmobiliarios, es difícil el acceso”*. (36 años, hombre. Puerto Vallarta)
- *“El gobierno ya no puede controlar el narco, y ya no se siente seguridad, el aumento de la inseguridad por parte del narcotráfico”*. (45 años, mujer. Puerto Vallarta)
- *“No hay agricultura, éramos el centro del maíz”*. (37 años, hombre. La Barca)
- *“La desaparición e inseguridad”*. (55 años, mujer. Tepatlán)

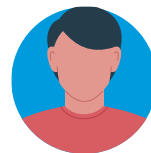
FACTORES DE DECISIÓN PARA VOTAR

En este apartado se le preguntó a las y los participantes los aspectos que marcarían una diferencia para elegir si acudirían a votar o no.

En general, quienes suelen votar de forma recurrente no vislumbran factores que cambien su postura, con algunas excepciones (alto grado de inseguridad en la casilla u otra situación como la pandemia de COVID-19).

Las personas que no suelen votar suelen ser influenciadas mayormente por las filas de la casilla y el tiempo de atención.

HJ



Los hombres jóvenes consideran el voto como una responsabilidad civil, pero también como una forma de no desperdiciar el dinero público.

Algunos de los aspectos que incidirían en acudir a votar o no, es escuchar si hay irregularidades en la casilla, desorden o largas filas de espera.

- *“Si escucho que hay problemas en la casilla, que están alterando la boleta, no respetar la fila”. (27 años, Puerto Vallarta)*
- *“Lo que me alienta a votar es por descarte, votar por el menos peor”. (26 años, Tequila)*
- *“Yo creo que es lo mínimo nos toca, nos sale muy caro mantener todo un aparato de gobierno en los partidos políticos y no quieran participar de esa manera, pues no, o sea, que es lo mínimo que puedes hacer”. (30 años, ZMG)*
- *“También el no votar ya te está generando así un gasto (...). También tu voto cuesta, o sea, que impriman una boleta pensando en que tú como ciudadano vas a ir a ejercer tu derecho, ya se está perdiendo porque se va de tus impuestos”. (27 años, ZMG)*

MJ



En el caso de las mujeres jóvenes las opiniones están un poco más divididas. Hay una percepción que relaciona el acudir a votar meramente por presión social, mientras que de otro lado se sigue considerando al voto como un factor de cambio.

Se menciona también que los valores inculcados en la familia y la tradición que tenga ésta sobre el voto influye mucho en qué tanta importancia se le otorga.

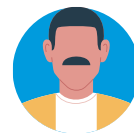
- *“Voto por compromiso y presión social. Creo que mi voto no tiene impacto, pero es necesario hacerse presente”. (27 años, ZMG)*
- *“Si hay candidatos que me llamen la atención voy a votar”. (22 años, ZMG)*
- *“Para mí, si algo me impidiera ir a votar no sería por mi decisión sino por las trabas. De mi parte no, mi voto vale”. (23 años, Zapotlán)*
- *“Conocer el candidato, a qué se dedica, y su trayectoria política, si vota siempre”. (30 años, Jocotepec)*
- *“Que exista un cambio en la sociedad”. (34 años, Tepatlán)*

FACTORES DE DECISIÓN PARA VOTAR

Las personas adultas manifiestan un compromiso más serio con su voto. Lo visualizan como una obligación civil y lo mínimo a contribuir si quieres ser crítico ante el gobierno.

Un detalle importante en este segmento en particular, es que permanece la creencia de que, si una persona no efectúa su voto, alguien más lo tomará y lo usará a su antojo. Por lo que es importante usarlo, para que alguien más no lo use.

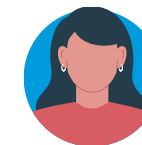
HA



Los hombres adultos toman en cuenta factores como los círculos sociales, la lejanía de las casillas, el tiempo aproximado de espera en la fila y para evitar el arrepentimiento después (“¿si hubiera votado, esto hubiera pasado?”).

- *“Ir a votar por no quedarse con el “si hubiera votado” o “si no hubiera votado”. La gente que no va a votar es una ignorante”. (64 años, Zapotlán).*
- *“Yo fui pero no pude votar. En la casilla de foráneos ya no había boletas porque había mucho turista”. (50 años, Tequila)*
- *“Mis amigos influyen en mis votos. Mis amigos me llevan a votar y me dicen por quién votar”. (67 años, Lagos de Moreno)*
- *“Lo menos que podemos hacer porque nos tendríamos que remontar las preguntas que hemos contestado. Sería incluso de irresponsabilidad dejar que alguien más tome decisiones y más en el poder, que es muy importante el poder legislar”. (36 años, ZMG)*
- *“Al final de cuentas la decisión de votar tiene que ver con que, si realmente queremos que las cosas cambien, es decir, es la única herramienta que tenemos que no sea violenta y dentro de esa responsabilidad te toca como ciudadano también aportar”. (52 años, ZMG)*

MA



Las mujeres adultas refieren una desconfianza a no efectuar su voto, porque alguien más puede utilizarlo a su conveniencia. Otros factores de decisión es el reconocer que es su derecho y que nadie puede quitárselos.

Por otro lado, las mujeres adultas que no suelen votar mencionan la desconexión del tema, la falta de difusión y la pérdida de credibilidad en la clase política.

- *“Para que no se roben mi voto”. (40 años, Tequila)*
- *“El derecho como ciudadanos de ir a votar”. (50 años, Tequila)*
- *“Desconexión del tema por la política, la vida se vive de otra manera, no hay interés por parte de la gente o el INE no hace su trabajo de socialización”. (36 años, Puerto Vallarta)*
- *“Mejoría en municipio”. (55 años, Tepatitlán)*
- *“Si no se vota de todas maneras ese voto se va para alguien. Pero voto porque quiero elegir a mis gobernantes”. (60 años, ZMG)*
- *“La apatía y no creer que exista un cambio, pérdida de credibilidad”. (42 años, Puerto Vallarta)*
- *“Ver su trayectoria, ubicar de donde viene, si trabaja, identificar a su planilla”. (36 años, Jocotepec)*

FACTORES DE DECISIÓN PARA VOTAR

Aunque los factores decisivos para acudir a votar o no son muy similares entre las y los participantes de la ZMG y del interior del estado, es importante resaltar que la mención del voto como una responsabilidad civil (y un gasto que ya se hizo y por lo tanto se debe aprovechar) fueron mencionadas por participantes que residen en el centro del estado.

Las personas de municipios del interior toman en cuenta factores como el tiempo de espera, **las condiciones climáticas** y la situación de inseguridad o descontrol que pudiera existir en la casilla.

ZMG

En la Zona Metropolitana se reconoce al voto como una responsabilidad civil. Algo en lo que el gobierno ya gastó recursos públicos y que sería un desperdicio no utilizar. Las personas mencionan acudir a votar por la presión social que se ejerce, pero también porque creen que el voto es un factor de cambio. La creencia de que, si quieres criticar, debes haber mínimo votado es algo que se comparte entre las y los participantes.

- *“Al final de cuentas la decisión de votar tiene que ver con que, si realmente queremos que las cosas cambien, es decir, es la única herramienta que tenemos que no sea violenta y dentro de esa responsabilidad te toca como ciudadano también aportar no ir las asambleas informativas, los programas de formación política, todo ese rollo no”*. (52 años, hombre)
- *“Se vota por compromiso social”*. (23 años, mujer)
- *“Es necesario hacerse presente”*. (24 años, mujer)
- *“Es que también el voto es una forma de protesta, tú puedes ir y ya no me gustó, como, por ejemplo, ¿cómo están gobernando tal partido? Ah, pues si tu voto es una forma de protesta puedes ir a votar por otro”*. (27 años, hombre)

INT. ESTADO

En el interior del estado la desconfianza por que alguien más haga uso de tu voto se eleva, y no distingue edades o sexos. Factores como la inseguridad, la condición climática (específicamente el calor) y el largo tiempo de espera son condiciones que se toman en cuenta para decidir si se acude o no a las casillas.

- *“Si escucho que hay problemas en la casilla, que están alterando la boleta, no respetar la fila”*. (27 años, hombre. Puerto Vallarta)
- *“No entiendo el por qué votar, no me siento conectado con la realidad, no me da motivación”*. (26 años, hombre. Puerto Vallarta)
- *“Ir a votar por no quedarse con el “si hubiera votado” o “si no hubiera votado”. La gente que no va a votar es una ignorante”*. (Hombre, 64 años, Zapotlán).
- *“Para que no se roben mi voto”*. (42 años, mujer. Tequila)
- *“Alguien mejor”*. (49 años, mujer. Tepatitlán)
- *“Ninguno te llena. No sabes qué es lo que van a hacer”*. (25 años, hombre. Tequila)
- *“Casi la mayoría de los candidatos conocen a la familia, entonces se van por ahí “es el hijo de fulano”, “su familia hizo esto””*. (50 años, hombre. Tequila)

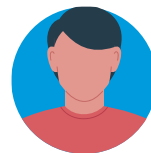
¿QUÉ ES LA DEMOCRACIA?, ¿SIRVE DE ALGO?

Se le pidió a las y los participantes que definieran, según sus propias palabras, el concepto de Democracia. Algunas personas construyeron conceptos, otras utilizaron una o dos palabras de referencia.

En general, la Democracia se entiende como la mayoría, los votos, la pluralidad, libertad y el derecho del pueblo a elegir a sus gobernantes.

Es importante considerar que la mayoría de las definiciones van encaminadas a la democracia electoral. En el mismo apartado se preguntó si funcionaba, y en general se percibe de manera afirmativa, aunque el incremento de la inseguridad resta reconocimiento.

HJ



Los hombres jóvenes relacionan la democracia con el poder de las mayorías, la capacidad de votar y ser votado, el poder que acumula un voto. Las opiniones sobre su funcionalidad son divididas, pero la inseguridad e injusticia toman un gran papel para opinar de manera negativa.

- *“Inicialmente es para que la ciudadanía tome las decisiones, pero no va a funcionar hasta que la clase política entienda que ellos son empleados de la gente y no al revés”.* (22 años, persona NB) Lagos de Moreno
- *“Para no estar en una dictadura”.* (26 años, La Barca)
- *“Derecho del pueblo a elegir a sus representantes”.* (24 años, Tequila)
- *“Pues es tener libertad para votar por cualquier persona o por cualquier candidato”.* (28 años, ZMG)
- *“Es este, pues la forma de gobierno de las mayorías, aunque a veces la mayoría no tengan la verdad o la razón”.* (36 años, ZMG)
- *“Yo siento que es la facultad de ser elegido o poder elegir, pues a lo que quieres o al representante que quieras”.* (22 años, ZMG)

MJ



Las mujeres jóvenes asocian la democracia en mayor medida con el respeto a todas las opiniones, la participación equitativa, la justicia, libertad de expresión y elección, así como brindar un aporte a la sociedad a través de su participación. Contrario a los hombres jóvenes, las mujeres asocian este concepto con la equidad y expresión de todas las voces.

- *“Es mi aportación a la sociedad a través de mi decisión”.* (35 años, Jocotepec)
- *“Hablando en un sentido político, todo es colectivo y tenemos que aportar para que sigan funcionando las leyes y la justicia”.* (23 años, Zapotlán)
- *“Funciona para poder guiar, para que un gobierno funcione necesita nuestra elección y participación”.* (31 años, Autlán)
- *“La participación de manera equitativa”.* (24 años, ZMG)
- *“La democracia es equidad, pero solo beneficia a las personas con mayor acceso a la información”.* (23 años, ZMG)
- *“La democracia no sirve para resolver los temas de inseguridad y solo sirve para un grupo selectivo de personas con palancas o accesos rápidos”.* (27 años, ZMG)

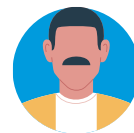
¿QUÉ ES LA DEMOCRACIA?, ¿SIRVE DE ALGO?

Se le pidió a las y los participantes que definieran, según sus propias palabras, el concepto de Democracia. Algunas personas construyeron conceptos, otras utilizaron una o dos palabras de referencia.

En general, la Democracia se entiende como la mayoría, los votos, la pluralidad, libertad y el derecho del pueblo a elegir a sus gobernantes.

Es importante considerar que la mayoría de las definiciones van encaminadas a la democracia electoral. En el mismo apartado se preguntó si funcionaba, y en general se percibe de manera afirmativa, aunque el incremento de la inseguridad resta reconocimiento.

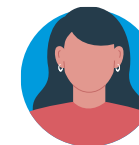
HA



Los hombres adultos relacionan en mayor medida a la Democracia con el Poder. Ya sea el poder ciudadano, o la capacidad de poder votar o elegir a quienes los representarán. Se mencionan conceptos como la libertad, el bienestar y la escucha activa.

- *“Sí sirve, para dar la línea a trazar a lo que elegimos, el rumbo que tomaremos”*. (45 años, Jocotepec)
- *“Sí, para trabajar por el bien común”*. (39 años, Autlán)
- *“Inclusión, bienestar común porque todos deben, que todos se enteren”*. (30 años, Puerto Vallarta)
- *“Para guiarnos, todos somos parte de la democracia. Democracia es libertad y progreso”*. (51 años, Autlán)
- *“Es como una religión, porque por ejemplo con Fidel Castro allá en Cuba, si tú salías de la ciudad ya no podías regresar. Para mí eso es demócrata”*. (50 años, Lagos de Moreno)
- *“Democracia, pues como ya no mencionaba el poder votar o ser votado, buscar la manera de cómo este entrar en la sociedad y poder ayudar”*. (36 años, ZMG)
- *“La capacidad de amalgamar todos los puntos de vista en beneficio del colectivo”*. (52 años, ZMG)

MA

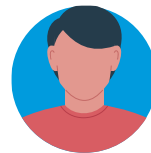


Las mujeres adultas relacionan a la Democracia con la capacidad de elegir, el trabajo en equipo, el tomar sus propias decisiones y la política en general. En este segmento en particular las opiniones fueron menores, pues en varias ocasiones las participantes refirieron no saber qué responder.

- *“Reuniones de política”*. (51 años, Tepatitlán)
- *“Todos elegimos”*. (60 años, Lagos de Moreno)
- *“Pienso en un gobernante”*. (60 años, Lagos de Moreno)
- *“La mayoría”*. (37 años, Tequila)
- *“Es sobre ir todos juntos para hacer progreso. Es acuerdo”*. (49 años, Autlán)
- *“Sí, para tomar nuestras propias decisiones”*. (49 años, Autlán)
- *“Sí, porque si no, hubiera un patriarcado mayor”*. (42 años, Puerto Vallarta)
- *“La participación de todos pero no se lleva a cabo”*. (60 años, ZMG)
- *“Justicia”*. (60 años, ZMG)

AUTORIDADES ELECTORALES

HJ



En este apartado se le preguntó a las y los participantes si conocían a las autoridades electorales, cuáles eran, a qué se dedicaban y cuáles eran las diferencias entre una y otra.

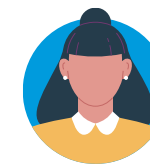
De manera general, las personas identifican al INE como la principal autoridad electoral, muy pocas personas mencionaron al IEPC de forma orgánica, y quien lo hizo fue porque hubo un acercamiento previo directo con ellos (hicieron su servicio social ahí, una brigada de difusión llegó a su casa, tenían algún conocido que trabajaba ahí, etc.)

En general no había una detección clara de las diferencias entre el INE y el IEPC.

Los hombres jóvenes mencionan al INE como principal autoridad electoral. Existen pocos casos aislados que mencionan al IEPC, pero en ambas partes no hay claridad en las diferencias entre cada uno. La manera en cómo se enteraron de la existencia de estas instituciones es por la televisión y al salir a votar.

- “Sé cuáles son las facultades del INE, pero no sé más”. (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)
- “Yo me acuerdo que había otro más que es el que supervisa”. (35 años, Autlán)
- “INE e IEPC, tiene una idea vaga de lo que es y dice que uno es federal y el otro local”. (33 años, Tepatlán)
- “IPEJAL”: (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)
- “Y sí, se supone que hace el Instituto como todas las características que ya mencionaron, pero siento que termina corrompiendo la corrupción”. (22 años, ZMG)
- “De lo que habla de lo que va a haber compañero, creo que ahí los que se están corrompiendo, más bien serían los partidos políticos, les tendrían que fiscalizar, bien, por ejemplo, los gastos de los partidos. ¿De dónde viene ese dinero?, tal vez”. (30 años, ZMG)

MJ

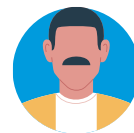


Las mujeres jóvenes mencionan en mayor frecuencia tanto al INE como al IEPC, aunque tampoco tienen demasiada claridad en las facultades de cada uno. Se menciona que la labor del IEPC es coordinar a los partidos, regular las elecciones, hacer servicios de consultoría, entre otras actividades.

- “El INE es un órgano autónomo y el IEPC organiza los ejercicios de participación ciudadana y es a nivel estatal y hace más ejercicios de consultoría”. (23 años, ZMG)
- “El INE y el IEPC son diferentes. El IEPC se encarga de que los organismos de gobierno hagan su trabajo”. (22 años, ZMG)
- “El IEPC se encarga de que todos estén haciendo sus tareas. Todos siendo los organismos de gobierno”. (27 años, ZMG)
- “Administrar las elecciones a nivel nacional y el IEPC lo hace solo en Jalisco”. (32 años, Jocotepec)
- “Yo no sabía muchas cosas, no me enteré tanto”. (31 años, Zapotlán)
- “El Instituto Electoral es el de la República Mexicana y el otro es el de Jalisco”. (31 años, Zapotlán).
- “No sabemos, tanto pueden ser honestos como pueden no serlo”. (Mujer, 31 años, Zapotlán).

AUTORIDADES ELECTORALES

HA



En este apartado se le preguntó a las y los participantes si conocían a las autoridades electorales, cuáles eran, a qué se dedicaban y cuáles eran las diferencias entre una y otra.

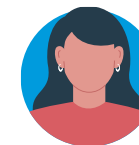
De manera general, las personas identifican al INE como la principal autoridad electoral, muy pocas personas mencionaron al IEPC de forma orgánica, y quien lo hizo fue porque hubo un acercamiento previo directo con ellos (hicieron su servicio social ahí, una brigada de difusión llegó a su casa, tenían algún conocido que trabajaba ahí, etc.)

En general no había una detección clara de las diferencias entre el INE y el IEPC.

Los hombres adultos ven a las autoridades electorales como los lugares donde puedes reportar irregularidades que ocurren el día de la elección. En general no conocen al IEPC pero intuyen sus tareas gracias a su nombre completo.

- *“Es donde tú como ciudadano puedes reportar como compra de votos, duplicado de boletas...”*. (50 años, Tequila)
- *“Cada estado tiene sus representantes para organizar sus elecciones”*. (50 años, Tequila)
- *“Yo me imagino que sí porque el mismo nombre dice que es diferente, pero antes no lo sabía”*. (50 años, Lagos de Moreno)
- *“Resolver controversias de los partidos políticos, así como organizar elecciones”*. (47 años, Jocotepec)
- *“Autoridades electorales es estar pendiente de que no estén robándose los votos”*. (64 años, Zapotlán)
- *“No, porque hay veces que se presta la gente para “ahí, métete ahí”. El ejército se encarga de eso ya”*. (64 años, Zapotlán)
- *“No sé si el Instituto de Participación Ciudadana también se involucra más en cuestiones civiles, no solamente en lo que lo que respecta al voto”*. (36 años, ZMG)

MA

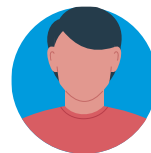


Las mujeres adultas mencionan en mayor medida al INE como autoridad electoral, pero no suelen tener claridad en las facultades que desempeña. En este segmento, el IEPC no suele figurar en su imaginario.

- *“Dentro de la conformación, está el presidente, los secretarios, entre todos ellos revisan lo que es el padrón”*. (40 años, Tequila)
- *“Empadronar”*. (40 años, Tequila)
- *“Yo lo escuché pero no sabía qué función tenía”*. (45 años, Tequila)
- *“Yo solo había escuchado el nombre IEPC pero no sé más”*. (60 años, Lagos de Moreno)
- *“El INE organiza las elecciones nacionales y el IEPC las locales, cada seis años trabajan juntos”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“El INE y el IEPC son diferentes. Uno es a Nivel Estatal y el otro Federal”*. (60 años, ZMG)
- *“¿Los del INEGI?”*. (60 años, ZMG)

CONFIANZA EN AUTORIDADES ELECTORALES

HJ



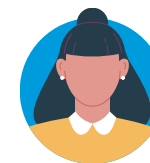
Después de preguntar por el conocimiento de las autoridades electorales y sus funciones, la siguiente pregunta fue si confiaban en ellas.

Las respuestas resultaron ser variadas, pero un punto en común de las y los participantes es que su confianza radica en las personas que el día de la elección se desempeñan como funcionarios de casilla, más en el momento en que se hace entrega de las urnas a personal del INE o del IEPC, es donde inicia la desconfianza, al no tener conocimiento de qué se hace con los votos o de qué manera se protegen.

Los hombres jóvenes tienen una percepción mayormente positiva de las autoridades electorales; aspectos como la rotación de personas que están a cargo, las y los vecinos involucrados el día de la elección y la antigüedad de las mismas lo respaldan. Por el otro lado, quienes desconfían refieren que perciben a éstas instituciones en el mismo saco que los partidos políticos, además de verlas como estructuras frágiles donde cualquier partido puede “meter mano”.

- “La falta de transparencia no es fácil encontrar las respuestas, el sector económico es motivo de desconfianza”. (26 años, Puerto Vallarta)
- “Yo más o menos porque hace muchos años me tocó ver que hubo robo de urnas”. (35 años, Autlán)
- “Yo no confío porque son instituciones muy viejas y siguen usando técnicas viejas, eso hace que sean maleables”. (22 años, Lagos de Moreno).
- “Pues creo que son organizaciones, pues sin fines de lucro, que, pues no tratan de beneficiar a ningún partido, sino que están en igualdad”. (28 años, ZMG)
- “Yo sí confío, en el IEPC hay gente que no es de ningún partido, sin lucrar y sin involucrar partidos, tratan de cuidar de que no hayan chanchullos, digamos”. (27 años, ZMG)

MJ



Las mujeres jóvenes coinciden en mayor medida en que su confianza recae más en el INE que en el IEPC. Esto por la razón del desconocimiento de ésta institución, sus dinámicas y sus prácticas. De igual forma, la participación de personas ajenas a la institución el día de las elecciones les transmite confianza, aunque también aquí se menciona que perciben dentro del mismo “saco” a los partidos políticos y a los institutos.

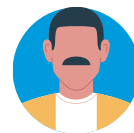
- “Lo sentía igual que los partidos políticos, a pesar de que es para la ciudadanía. Se siente de que van a tener un beneficio más allá”. (26 años, Tequila)
- “No tiene confianza en las instituciones, ven el futuro y festejan antes de tiempo”. (30 años, Jocotepec)
- “La inseguridad está provocando que la gente ya no confíe, ya que les meten miedo, los amenazan”. (25 años, Jocotepec)
- “Yo sí confío porque lo malo que ha pasado se debe a personas externas del instituto, no es dentro de”. (22 años, Autlán)
- “Se confía más en el INE porque no hay tanta información sobre el IEPC”. (23 años, ZMG)
- “Ella confía más en el INE porque después de que se creó no ha habido mucha noticia de que haya corrupción”. (24 años, ZMG)

CONFIANZA EN AUTORIDADES ELECTORALES

Después de preguntar por el conocimiento de las autoridades electorales y sus funciones, la siguiente pregunta fue si confiaban en ellas.

Las respuestas resultaron ser variadas, pero un punto en común de las y los participantes es que su confianza radica en las personas que el día de la elección se desempeñan como funcionarios de casilla, más en el momento en que se hace entrega de las urnas a personal del INE o del IEPC, es donde inicia la desconfianza, al no tener conocimiento de qué se hace con los votos o de qué manera se protegen.

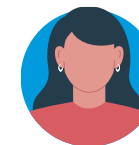
HA



Los hombres adultos demuestran una clara desconfianza, no solo en los institutos electorales, sino en cualquier institución pública. Destacan aspectos como la credencial de elector, la participación de vecinos como funcionarios de casilla y del personal que ahí laboran. Les produce desconfianza que los resultados oficiales se avisen después (cuando hay controversia) o por los procesos que desconocen cómo funcionan.

- *“Situaciones que no entendemos como funcionan hacen que no confiemos en ellas”.* (45 años, Jocotepec)
- *“Es muy común el robo de urnas, a mí también me ha tocado ver, sin embargo no puede haber gente de seguridad con armas y todo alrededor evitando que haya robo”.* (39 años, Autlán)
- *“Los hechos hacen que uno desconfíe, ya que los resultados no cuadran o los dicen días después”.* (50 años, Jocotepec)
- *“Sí confío. Desde que se fundó es el único juez que es neutral y hace que se lleven bien las elecciones”.* (55 años, Lagos de Moreno)
- *“Hay mucha corrupción, pero aún se puede confiar porque no hay tantos errores”.* (36 años, Tepatitlán)

MA



En general, las mujeres adultas también perciben con cierta desconfianza a las autoridades electorales. Es importante mencionar que la desconfianza radica en mayor medida en actos externos a los Institutos (robo de urnas, compra de votos), pero que aún así terminan dañando la legitimidad de las autoridades electorales.

- *“Una vez nos hicieron firmar las hojas donde supuestamente ya estaba el conteo”.* (50 años, La Barca)
- *“Más o menos confío porque cuando cuentan los votos luego no se cuentan bien y se pierden las urnas”.* (40 años, Lagos de Moreno)
- *“Sí, hasta que el voto está en la casilla, después de la casilla quien sabe”.* (38 años, Jocotepec)
- *“No porque compran votos”.* (51 años, Tepatitlán)
- *“Yo desconfío porque se supone que el voto es libre y secreto y he escuchado que empresas grandes traen a fuerzas a sus empleados a votar por alguien”.* (49 años, Autlán)
- *“No hay confianza porque no se sabe lo que se hace después con las boletas de elecciones”.* (60 años, ZMG)

CONFIANZA EN AUTORIDADES ELECTORALES

Un aspecto importante a destacar entre los segmentos de las personas que viven dentro de la ZMG y quienes lo hacen en municipios del interior del estado, es que las respuestas referentes a la desconfianza en las autoridades electorales son más frecuentes en las últimas, en esos casos las razones también van más orientadas a cuestiones externas y, en ciertos casos, experiencias que les sucedieron en alguna votación o que “les contaron que sucedió”.

ZMG

En la Zona Metropolitana existe un equilibrio más evidente en cuanto a opiniones sobre la confianza o desconfianza en autoridades electorales, con la balanza cargando más hacia el lado positivo. Las personas en la ZMG han tenido mayor contacto con el INE y el IEPC y, por ende, tienen un grado más alto de confianza. Además que no refieren alguna experiencia propia de fraude o delito electoral en la votación.

- *“Yo sí confío, porque bueno, yo considero personalmente estuve de voluntario, bueno, de unas elecciones en el IEPC hay gente que no es de ningún partido, ellos son los que se encargan de capacitar a los que van a ir a las casillas a estar observando, esas son los que están viendo lo la jornada electoral y que cuidan, o sea, que tratan de cuidar de que no hayan chanchullos, digamos”. (27 años, hombre)*
- *“Confío más en el INE porque después de que se creo no ha habido mucha noticia de que haya corrupción”. (23 años, mujer)*
- *“Pues creo que son organizaciones, pues sin fines de lucro, que, pues no tratan de beneficiar a ningún partido, sino que están en igualdad”. (28 años, hombre)*
- *“Confía en lo que superficialmente se ve que sucede”. (24 años, mujer)*

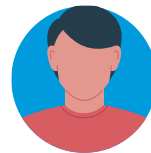
INT. ESTADO

En el interior del estado las personas mantienen una distancia con las autoridades electorales al identificarlas bajo el mismo esquema que los partidos políticos. En varias ocasiones han tenido experiencias personales o cercanas con algún tipo de fraude electoral en época de elecciones. También, el que en algunas veces los resultados tarden días en confirmarse, o que candidatos festejen su triunfo antes de que cierren casillas, hace crecer su desconfianza.

- *“Tenemos el sentimiento generalizado de que es lo mismo. Son como los partidos”. (26 años, hombre. Tequila)*
- *“Ya hablando de la política de un estado, yo creo que hablas de la política de este país y en muchas cuestiones sientes que es como una persona desahuciada, como un cáncer, de que haga lo que haga ya no mejora”. (30 años, hombre. Tequila)*
- *“La gente ya no confía porque ya no quiere votar, porque aquí hay muchas rancherías y quedan lejos, porque ya no queremos a esos candidatos”. (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)*
- *“No tengo confianza en las instituciones, los candidatos ven el futuro y festejan antes de tiempo”. (34 años, mujer. Jocotepec)*
- *“Lo sentía igual que los partidos políticos, a pesar de que es para la ciudadanía. Se siente de que van a tener un beneficio más allá”. (25 años, mujer. Tequila)*

MOTIVACIÓN PARA VOTAR

HJ



En éste apartado se preguntó a las y los participantes cuáles eran las motivaciones que los movilizaban para acudir a la casilla a efectuar su voto.

En general, las personas acuden a votar por tradición familiar, valores asociados al voto (la forma de hacerse valer, la responsabilidad civil) y también por la esperanza de un cambio para bien.

Las personas que se encuentran desmotivadas para votar refieren una decepción de la clase política, desinformación e influencia de su círculo cercano para no ir.

Los hombres jóvenes encuentran motivación en la esperanza de un cambio. Los mismos problemas de su ciudad y del país les despiertan el ánimo de ir a efectuar su voto y sentir que hicieron algo para contrarrestar la situación. Buscar una mejora, o que no gane una opción que no siga su ideología, también son razones.

- *“Ir a votar, que no gane un régimen de derecha”. (26 años, ZMG)*
- *“Responsabilidad, finalmente lo permitimos igual si no vas a votar y permites que otros tomen las decisiones”. (24 años, ZMG)*
- *“El municipio donde resides, como ya lo mencionamos anteriormente, la manera de cómo contra atacar a todo esto que es la delincuencia, buscar un cambio”. (23 años, ZMG)*
- *“A mí me motiva a votar mi inconformidad con los candidatos”. (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)*
- *“A mí me motiva hacer la diferencia porque hay veces que se pierde o se gana hasta por un voto”. (35 años, Autlán)*
- *“Esperanza y fe que sí va a haber cambios, creer en la democracia”. (26 años, Puerto Vallarta)*

MJ

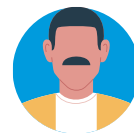


Las mujeres jóvenes son motivadas en la esperanza de un cambio en el país, también por la idea de que su voto puede hacer la diferencia entre el resultado electoral. También, de forma realista, indican que los partidos políticos suelen dar retribuciones económicas al votar.

- *“Yo pienso que es importante también participar. Nuestro voto es importante. Es importante porque somos parte de la ciudad y todo lo que se vaya a votar nos puede perjudicar”. (23 años, Zapotlán)*
- *“Que busquen hacer un sistema más rápido para que no se desesperen, tal vez sí compartir algún snack”. (31 años, Zapotlán)*
- *“Tener el derecho de escoger a quien más me convenga”. (30 años, Autlán)*
- *“Aportar a la sociedad, hacer un cambio”. (38 años, Jocotepec)*
- *“Porque es una obligación. Si quieres justicia o que algo bueno pase, también tienes que poner tu granito de arena. Es lo menos que podemos hacer para mejorar”. (36 años, Tequila)*
- *“El voto puede hacer la diferencia”. (23 años, ZMG)*
- *“El dinero que nos dan los partidos”. (24 años, ZMG)*

MOTIVACIÓN PARA VOTAR

HA



En éste apartado se preguntó a las y los participantes cuáles eran las motivaciones que los movilizaban para acudir a la casilla a efectuar su voto.

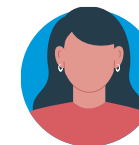
En general, las personas acuden a votar por tradición familiar, valores asociados al voto (la forma de hacerse valer, la responsabilidad civil) y también por la esperanza de un cambio para bien.

Las personas que se encuentran desmotivadas para votar refieren una decepción de la clase política, desinformación e influencia de su círculo cercano para no ir.

Los hombres adultos encuentran motivación en hacer valer su opinión y decisión. En este segmento hay un valor agregado al voto al entenderlo como una obligación; algo que sí o sí debe hacerse.

- *“Por mí deber ciudadano, también para que vean que uno sí está vivo y está participando porque yo pienso que si uno no va a votar van a usar mi voto a su favor de un partido”*. (50 años, Lagos de Moreno)
- *“Yo voto porque es una obligación, no podemos exigir a los representantes si no votamos”*. (55 años, Lagos de Moreno)
- *“No eres un buen ciudadano si no vas a votar”*. (64 años, Zapotlán)
- *“Somos ciudadanos, un voto puede cambiar muchas cosas. Si tenemos la oportunidad y analizas las propuestas pues vas ¿Pero si no vas? Es como dejar a la mitad lo que pensaste. Es cultura y es lo que nos chinga, si vivimos en un país así es por la falta de cultura”*. (63 años, Zapotlán).
- *“El ejercer mi derecho al voto, esa libertad que sientes al tomar la decisión”*. (39 años, Autlán)
- *“Pues insisto, probado por lo de adelante, pero la lo de la edad, lo que me lleva a votar desde los 18 años la vez que voté fue esperanza”*. (52 años, ZMG)

MA



Las mujeres adultas consideran que el ir a votar es algo que se fomenta desde casa y forma parte de la educación familiar. Las motiva el hecho de ejercer su voto en libertad, de buscar un cambio y también, para que alguien más no se aproveche de su voto al dejarlo sin uso.

- *“Para que no se aprovechen”*. (40 años, Tequila)
- *“Desde casa te inculcan que tienes que ir a votar. Y agarro a mi esposo o a mis hijos a votar, para que no le roben el voto a uno pero de todas formas se lo roban a uno”*. (40 años, Tequila)
- *“Ejercer mi voto”*. (50 años, La Barca)
- *“La esperanza de conseguir un cambio, de tener beneficios”*. (45 años, Jocotepec)
- *“Trayectoria del candidato, o por la cuestión de género y me gusta votar diferenciado, no por bloques”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“La movilización del voto es lo que levanta la elección”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“Quiero ver un cambio”*. (60 años, ZMG)
- *“Promesas y sencillez de las y los candidatos”*. (60 años, ZMG)

MOTIVACIÓN PARA VOTAR

ZMG

INT. ESTADO

Es importante mencionar que una de las principales diferencias entre las y los participantes residentes de la ZMG y de municipios del interior del estado, es que en el último segmento es más evidente el entendimiento del voto como una obligación y una tradición familiar. Las personas asocian una carga más negativa a quienes se niegan a votar, cuestionando la educación familiar.

Para quienes viven en ZMG, ésta carga es menos pesada, pues ya son los círculos sociales quienes influyen para que las personas no salgan a efectuar su voto.

En la Zona Metropolitana el votar o no votar es una decisión que no representa gran carga moral o ética. Las personas acuden a la casilla por motivación y esperanza propia, o con el fin de evitar que se aprovechen de su voto. Motiva el cambio positivo que puede transitar el país, donde se pone de ejemplo a otros lugares de “primer mundo”.

- “El destino de mi país, siento”. (22 años, hombre)
- “Pues insisto, probado por lo de adelante, pero la lo de la edad, lo que me lleva a votar desde los 18 años la vez que voté fue esperanza”. (52 años, hombre)
- “Llegar algún día a ser un país primermundista”. (25 años, mujer)
- “Que ya no me decepcionen y que ya no sean igual a los funcionarios pasados”. (28 años, mujer)
- “Es que luego te están llamando por teléfono para saber si ya votaste”. (22 años, mujer)
- “El voto puede hacer la diferencia”. (24 años, mujer)

En el interior del estado se suele entender al voto desde una perspectiva más relacionada con el compromiso y la educación familiar. Alguien que creció en una “buena familia” cumple con sus responsabilidades civiles. Las personas de este segmento votan porque quieren ver un cambio en su municipio y en sus vidas, y porque es su parte en el acuerdo con el gobierno. *(Ellos hacen su chamba, yo hago la mía).*

- “Por obligación”. (22 años, hombre. Lagos de Moreno)
- “Inculcando la democracia”. (33 años, hombre. Tepatitlán)
- “Yo digo que el INE te debería dar un incentivo por acudir a votar, darte unas aguas, una despensita o algo”. (35 años, hombre. Autlán)
- “Yo voto porque es una obligación, no podemos exigir a los representantes si no votamos”. (55 años, hombre. Lagos de Moreno)
- “El ejercer mi derecho al voto, esa libertad que sientes al tomar la decisión”. (39 años, hombre. Autlán)
- “Porque es una obligación. Si quieres justicia o que algo bueno pase, también tienes que poner tu granito de arena. Es lo menos que podemos hacer para mejorar”. (36 años, mujer. Tequila)

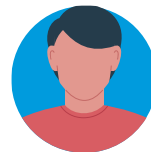
ABSTINENCIA DEL VOTO

Para este punto se le preguntó a las y los participantes por qué creían que las personas en general se abstienen de votar, o si alguna vez ellos lo habían hecho, cuál fue la razón.

La mayoría de las respuestas van encaminadas a la apatía, desilusión, falta de información o complicaciones externas (no se alcanzó a renovar la credencial, no se encontraba en el país, tuvo que trabajar, etc.).

Al hablar de la apatía y desilusión, los partidos políticos y la clase política terminan siendo los principales señalados como responsables.

HJ



Los hombres jóvenes consideran que la abstención se debe a la “ignorancia” de las personas y la “flojera moral” (sic.), lo que implica que las personas no están siendo conscientes de la importancia que radica el votar. Por otro lado se mencionan factores económicos o en general, porque no les agradan los candidatos.

- *“Por los recursos económicos, que les des una comida o transporte a votar”. (35 años, Autlán)*
- *“No, flojera moral, siempre es lo mismo, es una decepción siempre es lo mismo”. (26 años, Puerto Vallarta)*
- *“Porque no le agradan los candidatos”. (27 años, Puerto Vallarta)*
- *“Y un factor de esta vez pienso que es la ignorancia de las personas. Algunas, pues simplemente “Ay que hueva ir a votar”. Políticos de diario, existe corrupción dentro, la neta me da hueva votar, hay muchas personas aún con ese, con ese chip en la mente”. (24 años, ZMG)*

MJ

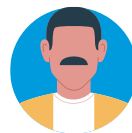


En general, el segmento de las mujeres jóvenes se encuentra muy desilusionado de la política. Para esta pregunta, la mayoría de las respuestas iban encaminadas al cansancio, hartazgo y decepción. Se consideran otras externalidades, como quien era parte de una religión donde se les prohibía votar, o quienes no saben aún cómo hacerlo.

- *“Yo no sé cómo votar”. (30 años, Lagos de Moreno)*
- *“Era lo mismo si votaba por uno o por otro”. (25 años, La Barca)*
- *“Yo sí. Una vez. Porque antes era parte de una religión que tenía esa idea de que nos mantuviéramos neutrales”. (23 años, Zapotlán)*
- *“Yo no por falta de interés sino porque estaba en otra parte y antes porque era una adolescente inconsciente. Estaba distraída en otras cosas. O porque no lo veía de una manera divertida”. (31 años, Zapotlán)*
- *“Porque les da flojera. La última vez que voté había desorganización, filas larguísimas, la espera y ya la gente molesta. La gente se desmotiva más”. (23 años, Zapotlán)*
- *“Sí, porque en mi familia están en contra de la política”. (27 años, ZMG)*
- *“No hay democracia. Las coaliciones desilusionan”. (24 años, ZMG)*

ABSTINENCIA DEL VOTO

HA



Para este punto se le preguntó a las y los participantes por qué creían que las personas en general se abstienen de votar, o si alguna vez ellos lo habían hecho, cuál fue la razón.

La mayoría de las respuestas van encaminadas a la apatía, desilusión, falta de información o complicaciones externas (no se alcanzó a renovar la credencial, no se encontraba en el país, tuvo que trabajar, etc.).

Al hablar de la apatía y desilusión, los partidos políticos y la clase política terminan siendo los principales señalados como responsables.

Los hombres adultos consideran que la abstinerencia se origina (en mayor medida) por las complicaciones operativas que involucran el ir a votar: las filas largas, el tiempo invertido y en algunas ocasiones el traslado a otras localidades. También refieren que es por falta de información o interés, en su mayoría de gente joven.

- *“Lo principal yo creo que es el día, que es el domingo, el día de descanso en que te puedes parar tarde, el día que llega toda la familia y hacen una carnita y ya se pasó el día”.* (45 años, Tequila)
- *“Decidí no ir porque teníamos que movernos a otra localidad”.* (37 años, La Barca)
- *“Yo también, de repente cuando estás adolescente, te inclinas a andar en tu rollo. Y como esos temas no te llaman la atención... antes escuchabas “75 años del PRI gobernando” y piensas que va a ser lo mismo. No le meten interés a ese tipo de educación”.* (57 años, Zapotlán)
- *“Yo el mayor pretexto que he escuchado es que porque no les gusta hacer filas porque son largas”.* (39 años, Autlán)
- *“Sí, totalmente, Mala información y apatía, porque, yo las personas que conozco son muy contadas, las que no van a votar, pero sí te puedo decir que son jóvenes y son porque ay, no, yo no veo una política, yo nada más veo Tiktok”.* (52 años, ZMG)

MA



Las mujeres adultas explican que la abstinerencia ocurre porque no se tiene la información suficiente o no se presenta de una forma accesible, la creencia de que el voto no hace la diferencia o la falta de conocimiento de las y los candidatos.

- *“Desconfianza, no creer en los resultados, indiferencia, credibilidad, porque no ves cambios, hay cambios solo hasta al final o solo para favorecer a los regidores”.* (53 años, Jocotepec)
- *“Sí hay cambios, pero depende de la perspectiva, solo si eres cercano a los cambios que se han realizado”.* (38 años, Jocotepec)
- *“El no saber que propone o conocer los candidatos”.* (38 años, Puerto Vallarta)
- *“Tenía poca información, no saber ni quien eran los candidatos”.* (43 años, Puerto Vallarta)
- *“El voto no hace la gran diferencia”.* (60 años, ZMG)

ABSTINENCIA DEL VOTO

Particularmente en este tema hay una diferencia importante que se debe mencionar.

Las razones de abstinerencia que tienen que ver con complicaciones físicas u operativas (lejanía de la casilla, largas filas, condiciones climáticas, etc.), fueron mencionadas por personas que viven en municipios del interior del estado.

Si bien esto puede ser algo obvio, sigue siendo esta falta de accesibilidad la que termina afectando la participación de las personas que no viven en ciudades o cabeceras municipales.

ZMG

En la Zona Metropolitana la abstinerencia se explica por la falta de información, la apatía, el desinterés y el avance de las redes sociales y el contenido apolítico.

- *“Y un factor de esta vez pienso que es la ignorancia de las personas. Algunas, pues simplemente “Ay que hueva ir a votar”. Políticos de diario, existe corrupción dentro, la neta me da hueva votar, hay muchas personas aún con ese, con ese chip en la mente”. (24 años, hombre)*
- *“Sí, totalmente, yo creo que es eso. Mala información y apatía, porque, por ejemplo, yo las personas que yo conozco son muy contadas, las que no van a voto, pero sí te puedo decir que los que no fueron a votar son jóvenes y son porque ay, no, yo no veo una política, yo nada más veo Tiktok. O veo memes, pero si yo a las personas que conozco que son mayores de 25 años, 30, todos están conscientes de no y este era de tal partido y este era de, o sea traen más información”. (27 años, hombre)*
- *“Porque no hay candidatos que llamen la atención y hay mucha compra de voto y corrupción”. (24 años, mujer)*

INT. ESTADO

En el interior del estado se mencionan con más frecuencia razones que tienen que ver con complicaciones físicas para llegar a la casilla o para efectuar el voto: condiciones climáticas, largas filas de espera, un traslado de larga distancia, etc.

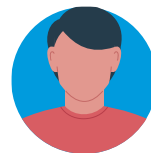
- *“Por los recursos económicos, que les des una comida o transporte a votar”. (35 años, Autlán)*
- *“Decidí no ir porque teníamos que movernos a otra localidad”. (37 años, La Barca)*
- *“Por la corrupción. La gente se presta para no ir a votar, de todas formas gana el PRI o gana el PAN”. (64 años, Zapotlán)*
- *“Yo el mayor pretexto que he escuchado es que porque no les gusta hacer filas porque son largas”. (39 años, Autlán)*
- *“Porque esta en otro mundo, no estuve al pendiente de las fechas o de los procesos, en su cabeza no le preocupen esos temas”. (30 años, Puerto Vallarta)*
- *“Por largas filas, o procesos tardados”. (26 años, Puerto Vallarta)*

VOTO DE JUVENTUDES

Se le preguntó a las y los participantes si consideraban, de primera instancia, que las y los jóvenes se encontraban motivados para participar en los procesos electorales y políticos del país. Al realizarse esa pregunta, en general, se recibía una respuesta negativa al unísono, por lo que se pedía explicar su postura.

En general las y los participantes no creen que las juventudes están motivadas por la desconexión de la clase política con las problemáticas de este sector, y otros factores de distracción como las redes sociales y el contenido apolítico en las mismas.

HJ



Los hombres jóvenes consideran que el mundo de la política no ha sabido incluir al segmento joven en su comunicación y dinámicas. Los jóvenes no tienen figuras que les hagan sentir representados, existen políticos jóvenes pero se comportan como adultos, y en general la comunicación presenta una desconexión hacia las y los receptores jóvenes.

- *“Porque se ve a los políticos como ya muy grandes, o sea, no los ven como jóvenes, no se sienten identificados, o sea, si hay jóvenes, pero siento que los jóvenes que están no conectan con los jóvenes”*. (27 años, ZMG)
- *“De entrada, que los políticos viven como en una realidad distinta, pues no, como hay una conexión muy grande entre la comunidad”*. (30 años, ZMG)
- *“Yo pienso que no porque no se sienten incluidos”*. (25 años, Lagos de Moreno)
- *“Se está quedando atrás el gobierno con los jóvenes, la juventud se le está olvidando y cada vez depende de un independiente, el motor de la comunicación esta difícil”*. (26 años, Puerto Vallarta)
- *“Le falta modernizarse”*. (26 años, La Barca)

MJ



Las mujeres jóvenes involucran un factor importante que el segmento anterior no mencionó, la influencia de las personas adultas. Reconocen que el estar en una familia con poca motivación o aprender de adultos desilusionados, resulta en jóvenes apáticos.

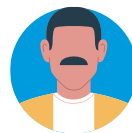
- *“No, porque ya se enfocan más en otras cosas como el celular”*. (30 años, Lagos de Moreno)
- *“No, porque se escucha a personas grandes, de que no existe un cambio, entonces se sienten apáticos”*. (32 años, Jocotepec)
- *“Es porque los mayores no votan por lo tanto no hay un ejemplo”*. (25 años, Tepatlán)
- *“No, no muchas personas tienen la madurez o entienden la importancia. Lo hacen motivados por ir con sus amigos en bolita pero no lo hacen por elegir bien”*. (23 años, Zapotlán)
- *“Miedos y fobias impartidos por los familiares”*. (24 años, ZMG)
- *“Hay mucha desmotivación por parte de las personas adultas. Hay mal ejemplo de parte del entorno familiar”*. (28 años, ZMG)
- *“Sí es el entorno, pero también porque no se identifican con los candidatos mayores ya que suelen ser aburridos. No hay cultura de voto”*. (23 años, ZMG)

VOTO DE JUVENTUDES

Se le preguntó a las y los participantes si consideraban, de primera instancia, que las y los jóvenes se encontraban motivados para participar en los procesos electorales y políticos del país. Al realizarse esa pregunta, en general, se recibía una respuesta negativa al unísono, por lo que se pedía explicar su postura.

En general las y los participantes no creen que las juventudes están motivadas por la desconexión de la clase política con las problemáticas de este sector, y otros factores de distracción como las redes sociales y el contenido apolítico en las mismas.

HA



Los hombres adultos relacionan la falta de motivación de los jóvenes con la falta de información, los factores de distracción (celular, redes sociales, etc.). Existe una visión que proyecta a las juventudes como fácilmente influenciables, por adultos, o por sus círculos sociales en general.

- *“Porque no hay menos ahora, porque ya, o sea, ven a un a los políticos como ya muy grandes, o sea, no los ven como de a no se sienten identificados, o sea, si hay jóvenes, pero siento que los jóvenes que están no conectan con los jóvenes, al contrario de los jóvenes que están en la política que quieren”. (52 años, ZMG)*
- *“Yo pienso que sí están motivadas porque nosotros los adultos a veces ya estamos decepcionados, pero los jóvenes aún no”. (55 años, Lagos de Moreno)*
- *“Sí te muestran o te hablan pero no te hacen que te involucres. No hacen que te nazca, “eres mexicano”. Como con la cartilla militar, te metes en tu mente el ser buen ciudadano, el que debes prestarte. Si desde la secundaria te inculcaran para qué sirve, mínimo te queda la idea”. (64 años, Zapotlán)*
- *“Se pierde el interés por las diferentes opiniones, y los jóvenes no tiene una perspectiva propia”. (40 años, Jocotepec)*

MA



Las mujeres adultas consideran también que el entorno influye para que las y los jóvenes estén o no conectados con la política y las elecciones. La educación que se imparte en casa, la falta de información construida para las juventudes y la poca iniciativa de los gobiernos y clase política para comunicar de manera más accesible a este segmento.

- *“Depende de cómo los hayan educado los papás, algunos papás les enseñan a ir a votar”. (40 años, Lagos de Moreno)*
- *“No, considera que falta de cultura de información, además de que ya no tanta hay información veraz, o puede ser el desinterés”. (38 años, Jocotepec)*
- *“No votan porque no se les inculcó”. (51 años, Tepatlán)*
- *“La apatía por parte de las personas y la poca credibilidad por parte de los partidos políticos”. (42 años, Puerto Vallarta)*
- *“El entorno impide a los jóvenes votar”. (60 años, ZMG)*
- *“El gobierno debe actualizarse, buscar la manera de involucrar, no saben cómo llamar la atención de las personas”. (38 años, Puerto Vallarta)*

VOTAR: ¿FÁCIL O DIFÍCIL?

HJ



Para este apartado era importante definir entre las y los participantes si percibían que el proceso de votar en sí era difícil o sencillo. Esto involucra el traslado, el día, la condición climática, los pasos a seguir y la organización en general.

Al plantearseles de ésta manera, la gran mayoría de las personas respondieron que **el proceso en sí es sencillo, lo difícil es encontrarle el sentido o elegir por quién votar.**

Algunos de los factores que pueden complicarlo son los tiempos de espera y la intimidación que reciben de las y los representantes de partidos.

Los hombres jóvenes consideran sencillo el proceso de acudir a votar, lo complicado es entender cuál es su papel en la participación política. En términos físicos, los largos tiempos de espera son lo que, según consideran, complejizan la acción.

- “Los más jóvenes tenemos la sensación de que el mundo es de los adultos ahorita, cómo esperando que las anteriores generaciones ya no estén para ahora sí ocupar su lugar. Es muy difícil ir en contra de lo ya establecido”. (27 años, Tequila)
- “Todos coincidimos en que es fácil”. (26 años, Lagos de Moreno)
- “Es sencillo, pero tardado”. (33 años, Tepatlán)
- “En mi colonia sí se junta la filotota”. (35 años, Autlán)
- “Fácil”. (26 años, Autlán)

MJ



Las mujeres jóvenes también consideran que es sencillo, la complejidad radica en los tiempos de espera, en la intimidación de las y los representantes de partidos y en el definir su elección; esto debido a la gran cantidad de partidos políticos y la gran cantidad de información que circula en esos días.

- “El voto es sencillo y rápido”. (24 años, ZMG)
- “Hay mucha organización, proceso y orden”. (27 años, ZMG)
- “La parte de ir a tachar la boleta está sencilla, la parte difícil es ver los que están postulando, las propuestas, quién viene detrás de ellos”. (26 años, Tequila)
- “Se han incrementado los partidos políticos, pues existe confusión”. (30 años, La Barca)
- “Es sencillo, ya que dan paso a paso, pero también puede haber intimidación por parte de los representantes”. (30 años, Jocotepec)
- “Hubo mala organización, ya no recuerdo exactamente cuánto tardé pero sí fue algo haciendo fila, todavía se tardó más, hubo un pleito”. (23 años, Zapotlán)
- “Fácil, ya avanzó la tecnología, hasta puedes utilizar para poner tu huella”. (31 años, Zapotlán)

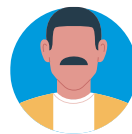
VOTAR: ¿FÁCIL O DIFÍCIL?

Para este apartado era importante definir entre las y los participantes si percibían que el proceso de votar en sí era difícil o sencillo. Esto involucra el traslado, el día, la condición climática, los pasos a seguir y la organización en general.

Al plantearse de ésta manera, la gran mayoría de las personas respondieron que **el proceso en sí es sencillo, lo difícil es encontrarle el sentido o elegir por quién votar.**

Algunos de los factores que pueden complicarlo es los tiempos de espera y la intimidación que reciben de los representantes de partidos.

HA



Los hombres adultos consideran sencillo el proceso de acudir a votar. Los factores de complejidad lo aportan el tiempo de espera, la distancia y, mismo caso que lo mencionado por las mujeres jóvenes, la intimidación que se puede recibir por las y los representantes de partidos.

- *“Sí, sencillo, pero hablamos de un contexto como el nuestro sabes que a lo mejor no es lo mismo en la montaña”. (52 años, ZMG)*
- *“Una parte que es algo general para todos, creo que es esa educación que traemos. Yo todos los días en mi casa, trabajo, voy escuchando las noticias en la radio. Pregúntale a los jóvenes y muy pocos escuchan noticias. Pero sí pregúntales por quién es Bad Bunny, qué es TikTok y te van a informar”. (45 años, Tequila)*
- *“Sí es sencillo, pero existe intimidación a las personas mayores por parte de los representantes de los partidos”. (50 años, Jocotepec)*
- *“Es complicado para la gente de repente en Guadalajara pero aquí es pequeño, solamente que cambies de domicilio. La distancia es lo que se podría interpretar de complicado”. (57 años, Zapotlán).*
- *“El cambio de domicilio”. (64 años, Zapotlán).*

MA



Las mujeres adultas consideran de igual manera que el proceso de ir a votar es sencillo. Lo único que destacan como difícil es la tardanza que puede haber en el proceso y la cantidad de gente que se concurre en la casilla.

- *“Votar en sencillo y rápido”. (60 años, ZMG)*
- *“Porque nada más buscas al candidato, al partido, tachas y a doblar”. (45 años, Tequila)*
- *“No, porque le da nervios, no saber qué va a ocurrir, las miradas”. (38 años, Jocotepec)*
- *“No hay mucha gente”. (55 años, Tepatlán)*
- *“Es sencillo, solo la permanencia porque es tardado ir a votar”. (38 años, Puerto Vallarta)*

VOTAR: ¿FÁCIL O DIFÍCIL?

Si bien la percepción entre estos dos segmentos es similar conforme a la sencillez del proceso de acudir a votar, resulta interesante mencionar que ambos segmentos consideran que es más complejo ir a votar en el segmento contrario; es decir, las personas de la ZMG consideran que es más difícil votar en municipios del interior, mientras que estos últimos opinan lo contrario.

ZMG

En la Zona Metropolitana se considera en general que votar es un proceso sencillo. Califican como complejo el tiempo de espera y las largas distancias en municipios fuera de la ciudad para trasladarse a las casillas.

- *“Sí, sencillo, pero hablamos de un contexto como el nuestro sabes que a lo mejor no es lo mismo en la montaña”*. (52 años, hombre)
- *“El voto es sencillo y rápido”*. (24 años, mujer)
- *“Hay mucha organización, proceso y orden”*. (22 años, mujer)
- *“Votar en sencillo y rápido”*. (60 años, mujer)

INT. ESTADO

En el interior del estado sí hay más opiniones que mencionan factores que complejizan el voto, entre ellos el largo tiempo de espera, las filas, la desorganización y la distancia para acudir a la casilla. Consideran que en la ZMG puede ser más complejo por la cantidad de casillas y el tema del cambio de domicilio.

- *“En mi colonia sí se junta la filotota”*. (35 años, hombre. Autlán)
- *“Sí es sencillo, pero existe intimidación a las personas mayores por parte de los representantes de los partidos”*. (50 años, hombre. Jocotepec)
- *“Es complicado para la gente de repente en Guadalajara pero aquí es pequeño, solamente que cambies de domicilio. La distancia es lo que se podría interpretar de complicado”*. (61 años, hombre. Zapotlán).
- *“Sí es sencillo, pero para las personas adultas no es sencillo”*. (25 años, mujer. La Barca)
- *“La parte de ir a tachar la boleta está sencilla, la parte difícil es ver los que están postulando, las propuestas, quién viene detrás de ellos”*. (26 años, mujer. Tequila)

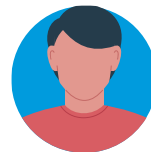
MEDIO DE COMUNICACIÓN FAVORITO

Hablando de la gran mayoría de las y los participantes, las redes sociales se coronan como el medio de comunicación más utilizado y favorito. Con algunas excepciones de personas adultas que prefieren la televisión, casi todos mencionan el primero como su opción predilecta para informarse.

Algunas de las razones de su preferencia son la practicidad, la rapidez con la que pueden informarse, la diversidad de fuentes de consulta y la brevedad del mensaje.

Además de esto, les preguntamos si se consideraban personas interesadas en lo que acontecía en su comunidad.

HJ



Los hombres jóvenes señalan las redes sociales como su medio de comunicación favorito. Esto por su practicidad y facilidad de consulta, si tienen tiempo muerto, pueden sacar su celular y leer lo que acontece. También mencionan otros medios como la televisión o directamente asambleas presenciales.

- *“Periódicos, redes sociales, medios digitales. (Todos los participantes concuerdan)”*. (24 años, ZMG)
- *“Agarrar lo que digamos buscas lo que tú quieres, sigues la página que hable de política, no casarme con uno, sino ver el de los 2 lados”*. (27 años, ZMG)
- *“Pues yo considero que es que usamos esos medios porque son más fáciles de usar y los podemos ver a la hora que queramos o que tengamos tiempo”*. (28 años, ZMG)
- *“Involucrarse en la Comunidad en la que vives pues simplemente creo estar informado, por ejemplo, saber qué va a haber mañana”*. (30 años, ZMG)
- *“Sólo lo que aparece en inicio de mis redes sociales”*. (26 años, Puerto Vallarta)
- *“Yo por los meetings que se hacen ahí en las canchas”*. (35 años, Autlán)

MJ



Las mujeres jóvenes concuerdan de igual forma en las redes sociales como su medio de comunicación predilecto. Esto por su practicidad y por su accesibilidad con las rutinas que suelen tener. En este segmento se mencionó que procuran tener un límite de consumo de información, porque no les gusta ver malas noticias o chismes políticos.

- *“Redes sociales porque en la tele las noticias suelen ser muy amarillistas”*. (28 años, ZMG)
- *“Sí estoy interesada, a veces porque suelen ser de pura grilla y política”*. (22 años, ZMG)
- *“A pesar de que a mí sí me gusta saber qué sucede, es difícil seguirle la ruta a la mayoría de las noticias. Además, ya estoy cansada de leer cosas no gratas e insanas”*. (23 años, ZMG)
- *“No porque suele haber puro chisme político y no cosas que sumen al conocimiento”*. (28 años, ZMG)
- *“Redes. Porque es lo que tengo a la mano, trabajo y no veo mucho la tele”*. (23 años, Zapotlán)
- *“Pues sí, porque nos afecta a todos de alguna manera. Surge de la empatía porque somos un organismo, aunque seamos seres individuales”*. (31 años, Zapotlán)
- *“Así me entero de apoyos que ofrecen y que no estamos informados”*. (32 años, Jocotepec)

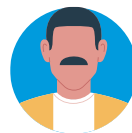
MEDIO DE COMUNICACIÓN FAVORITO

Si bien, el medio de comunicación favorito continúa siendo las redes sociales, en este segmento de edad las y los participantes ven con más frecuencia la tele y algunos escuchan la radio.

Se prefieren las redes sociales por la conexión con sus círculos sociales y la practicidad de su uso, ya que se adapta mejor a sus rutinas.

Las personas de este segmento consideran muy importante estar informados/as, para evitar que alguien más se intente aprovechar de ellos.

HA



Los hombres adultos coinciden en que las redes sociales son su medio de comunicación predilecto. Pero también se informan a través de la televisión y la radio. Consideran importante estar informados para que nadie los manipule y puedan estar conectados con su lugar de residencia.

- *“Siento que es la manera en la cual me puedo involucrar allá con más con la ciudad donde estoy viviendo”.* (52 años, ZMG)
- *“Compañeros en el trabajo”.* (50 años, Lagos de Moreno)
- *“Es fácil acceso y cualquier lugar se puede utilizar”,* (56 años, Jocotepec. Sobre facebook)
- *“La televisión, yo veo todo ahí. Ya se pensiona uno y tiene más chanza de ver todo”.* (64 años, Zapotlán)
- *“Sí. Que no le digan a uno mentiras sino estar informado, para estar en comunicación, no estar en dudas”.* (64 años, Zapotlán)
- *“La radio y la tele”.* (51 años, Autlán)
- *“Redes. El programa del domingo, ya es una costumbre”.* (57 años, Zapotlán)
- *“Por redes sociales y aplicaciones”.* (39 años, Autlán)

MA



Las mujeres adultas utilizan en mayor medida las redes sociales, esto gracias a su practicidad y adaptación a sus rutinas, específicamente cuando son madres. Les gusta estar informadas para conocer qué acontece en el lugar donde viven, pero prefieren mantener un límite, específicamente con las noticias de inseguridad.

- *“Redes sociales porque es más fácil acceder a ellas”.* (60 años, ZMG)
- *“A veces porque tenemos un ritmo de vida de mamá no da oportunidad de prestar atención al entorno y porque no sale mucho contenido que no toque el tema de la inseguridad”.* (60 años, ZMG)
- *“Trato de tener un límite en conocer ciertas cosas porque se suele volver mucho chisme político en esta temporada y no se enfocan en lo que debería de ser”.* (60 años, ZMG)
- *“Por el beneficio que se puede obtener por parte del gobierno”.* (45 años, Jocotepec)
- *“Yo por medio del delegado, como vivimos en un pueblo él manda a vocear las noticias que se hacen”.* (49 años, Autlán)

MEDIO DE COMUNICACIÓN FAVORITO

Aunque en general las redes sociales son el medio de comunicación más utilizado y favorito por las y los participantes en general, es importante destacar que entre los segmentos de área de residencia, es más común que las personas que residen en el interior del estado utilicen en mayor medida la televisión, la radio, a su círculo social y el perifoneo para informarse; caso contrario a la ZMG, que se apoya en general de las RRSS.

ZMG

En la Zona Metropolitana el uso de las redes sociales como medio de comunicación predilecto es normal y lo esperado. Tanto hombres como mujeres, jóvenes o adultos, utilizan las RRSS debido a su practicidad y el poco tiempo que requiere consultarlas y saber del tema en específico que les interesa.

- *“Pues yo considero que es que usamos esos medios porque son más fáciles de usar y los podemos ver a la hora que queramos o que tengamos tiempo”. (28 años, hombre)*
- *“Redes sociales porque en la tele las noticias suelen ser muy amarillistas”. (27 años, mujer)*
- *“Redes sociales y podcast”. (24 años, mujer)*
- *“Redes sociales porque es más fácil acceder a ellas”. (60 años, mujer)*
- *“Si hay algo que me resuene le pico al enlace”. (23 años, mujer)*
- *“Sí, pero en tiempos electorales para poder conocer a los candidatos. (Le gusta estar informada de temas políticos)”. (24 años, mujer)*

INT. ESTADO

En el interior del estado, aunque las redes sociales también son su medio de comunicación predilecto, entran a la jugada otros medios que también son consumidos en gran medida. El principal es la televisión, el radio y el perifoneo.

- *“Sólo lo que aparece en inicio de mis redes sociales”. (26 años, hombre. Puerto Vallarta)*
- *“Yo por los meetings que se hacen ahí en las canchas”. (35 años, hombre. Autlán)*
- *“La televisión, yo veo todo ahí. Ya se pensiona uno y tiene más chanza de ver todo”. (64 años, hombre. Zapotlán)*
- *“La radio y la tele”. (51 años, Autlán)*
- *“Es algo que me inculcaron mis papás”. (34 años, mujer. Jocotepec)*
- *“Yo por medio del delegado, como vivimos en un pueblo él manda a vocear las noticias que se hacen”. (49 años, mujer. Autlán)*

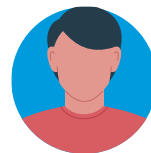
CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN INE/IEPC

Para este apartado se le preguntó a las y los participantes si recordaban alguna campaña o estrategia de comunicación tanto del INE o del IEPC, si recordaban cómo era y cual era su mensaje.

También se preguntó qué opinaban de dichas estrategias, y cómo se podían modificar para que cumplieran su objetivo: que las personas le presten atención y capten el mensaje.

Se mencionaron distintas estrategias que el IEPC ha implementado para difundir sus actividades y la importancia del voto, para posteriormente preguntarles cuál les parecía mejor.

HJ



Los hombres jóvenes no tienen mucho conocimiento de alguna estrategia de difusión por parte de las instituciones electorales, pero comparten que estrategias de difusión como conciertos, stand ups y brigadas universitarias pueden ser útiles, siempre y cuando la comunicación sea hecha por y para jóvenes.

- *“El instituto local debe preocuparse por la creación de comunidades, decir desde que tú te involucras con la gente de tu colonia y deciden tomar una decisión de vamos a organizar el parque de esa manera o de esta otra, vamos a poner un huerto aquí o vamos a regresar”.* (30 años, ZMG)
- *“Yo convivo con el de las universidades y con el del que te reparten. Visitas de stand up y de conciertos no me no me ha tocado, pero creo que las mejores serían estando o concierto”.* (27 años, ZMG)
- *“Pero lo hacen de la manera equivocada, si ves en Youtube al Pulso de la República. No sé si esté correcto o no lo que diga, pero de la manera en que lo hace te llega como joven. Pero los otros es como si tu abuelito agarrara el celular y no va por ahí, por eso se me hacen anticuadas”.* (26 años, Tequila)
- *“Sí me acuerdo de un comercial que te invitaba con artistas a votar”.* (22 años, Lagos de Moreno)

MJ



Las mujeres jóvenes recuerdan haber escuchado algún comercial referente a la promoción del voto en la tele o en la radio cuando eran más pequeñas. Ahora consideran que Tik Tok es el medio adecuado para acercarse a los jóvenes, sin descuidar los anuncios tradicionales. Consideran que, al ser un tema “pesado”, deben transmitirlo de forma divertida.

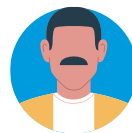
- *“Hace falta contenido más relajado y sencillo en las campañas de difusión”.* (24 años, ZMG)
- *“Los TikToks para acercarse a los jóvenes. Pero faltan más chascarrillos en la tele”.* (23 años, ZMG)
- *“Es buena idea la difusión en conciertos porque si o si escuchas el mensaje”.* (28 años, ZMG)
- *“En las universidades a veces como estudiantes pasas desapercibido y no te toca la información, pero en conciertos sí o sí escuchas el mensaje”.* (22 años, ZMG)
- *“Cambiar su forma de difusión, he visto en tiktok sus campañas”.* (22 años, La Barca)
- *“Que el día de la votación si llevas tu INE marcada de que votaste te regalen un café gratis en una cafetería o descuento en el cine para ir ese domingo con la familia”.* (22 años, Autlán)
- *“Invitaciones a personas famosos que les ayude a motivar el voto”.* (34 años, Jocotepec)

CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN INE/IEPC

Las personas adultas esperan que las campañas de comunicación de los institutos electorales les enseñen cosas que ignoren de manera dinámica y entretenida, sin que eso haga perder la formalidad de la profesión.

Consideran que deben ser cortas, pegajosas y dirigidas a diferentes grupos de edad, con algún “gancho” que llame la atención de la gente, como personas famosas y fechas importantes que no se deben dejar pasar.

HA



Los hombres adultos tienen una disyuntiva entre respetar la “formalidad” de este tipo de instituciones o comunicar de una manera más relajada y dinámica, aunque terminan convenciéndose de la segunda. Esperan que la estrategia de comunicación tenga un gancho que les haga captar su atención, para transmitirles información importante.

- *“Yo lo que creo es que, así como hay jornadas, universidades, por ejemplo, debería empezar a esas en la secundaria, no, porque es cuando empiezas a formar ciudadanía. ¿Entonces a lo mejor ahí sea un tema de enfoque, ¿no? Y yo sí quería que cualquiera pudiera ser exitosa, siempre y cuando hubiera como antecedentes, no de formación”. (52 años, ZMG)*
- *“Contratar líderes sociales que te inviten, puede ser un artista, un deportista”. (55 años, Lagos de Moreno)*
- *“Cortos y pegajosos e ingeniosos”. (54 años, Jocotepec)*
- *“Yo sí, yo siento que deberían de haber hasta más, para que nos motiven y nos enseñen”. (51 años, Autlán)*
- *“Yo siento que sus campañas están mal enfocadas, una, las comerciales que pasan por tele abierta ya nadie ve tele abierta y además ya no confiamos en televisa o tele azteca. Yo no he visto las campañas en redes sociales y tele de paga”. (39 años, Autlán)*

MA



Las mujeres adultas consideran que las brigadas donde personal del IEPC visitan su casa son útiles porque les acercan información que desconocían, y que probablemente no se enterarían por otro medio. Hay participantes que sugieren la necesidad de que se brinde algún artículo en la campaña (bolsas, libretas, etc), mientras otras consideran que es un gasto innecesario.

- *“Un día llegaron a la casa a preguntarme de eso unos chicos encuestadores y también fueron dos ocasiones y estaban por ser entonces obviamente desconocía del tema porque no lo leo constantemente”. (40 años, Tequila)*
- *“Sí, del INE que pasan a tu casa a que vayas a votar”. (40 años, Lagos de Moreno)*
- *“Yo pienso que no sirve mucho porque uno ya como persona ya sabe si irá o no irá a votar, yo no ocupo que me digan”. (40 años, Lagos de Moreno)*
- *“Yo sí siento que funcionan porque nos orientan”. (49 años, Autlán)*
- *“Pero yo ya no vería bien si dan de que una gorra o así, es mucho desperdicio”. (49 años, Autlán)*
- *“Un concierto, porque en las universidades te obligan”. (38 años, Puerto Vallarta)*
- *“Las estrategias deberían depender de las edades a las que se presentan”. (60 años, ZMG)*

CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN INE/IEPC

Las opiniones respecto a las campañas de comunicación del IEPC no varían en un grado considerable entre la ZMG y el interior del estado, pero es cierto que las personas residentes en la ZMG consumen en mayor medida las redes sociales, y, por ende, los anuncios que se transmiten por ese medio.

En el caso de los municipios del interior, mencionan que han escuchado estas campañas en la televisión, radio y hasta brigadas físicas, por lo que se destaca la necesidad de diversificar los medios de comunicación.

ZMG

En la Zona Metropolitana las campañas de difusión del INE o del IEPC se mantienen en el imaginario colectivo como estrategias para incrementar el voto y recordar las fechas importantes. Se mencionaba que recordaban del INE, más no del IEPC.

- *“Que es a lo que voy tiene que ver con un contexto de que tienen que saber en qué contexto social está y conectar por ahí, por ejemplo, Ahorita ya saben que lo que conecta con todo eso son las redes sociales”*. (24 años, hombre)
- *“Bueno, bueno, yo siento que en las brigadas es lo mismo de siempre. O sea, es cuando es bien tedioso, porque a mí me ha tocado, pues participar en brigadas y la gente ya te ve como inclusive se va a escuchar feo, como testigo de Jehová, ahí vienen los políticos de tocarme la puerta y a decirme el partido político no le voy a abrir. Entonces yo también llevo muy tedioso eso de la brigada”*. (24 años, hombre)
- *“Deberían aportarle contenido a las redes sociales”*. (23 años, mujer)
- *“Los TikToks para acercarse a los jóvenes. Pero faltan más chascarrillos en la tele”*. (23 años, mujer)
- *“Sí hay muchas campañas que suelen ser muy jodonas”*. (27 años, mujer)

INT. ESTADO

Aunque las redes sociales son también el medio de comunicación más utilizado entre las personas que viven en municipios del interior, al recordar este tipo de campañas, los medios de transmisión suelen ser la televisión o el radio; y en otros casos las brigadas a domicilio.

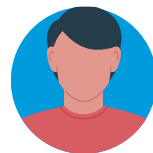
- *“Sí, por comerciales del IEPC incitándote a votar por la televisión”*. (24 años, hombre. Tequila)
- *“Lo que me llamaría mucho la atención sería como ver transparencia, ser sincero. Le meten demasiada producción, colores... que sean sinceros”*. (26 años, hombre. Tequila)
- *“Yo sigo la página del INE y solo comparten información cuando ya se va a acercar la fecha de votación. Que nos hicieran una dramatización de qué podría pasar si no vas a votar”*. (35 años, hombre. Autlán)
- *“Comerciales más llamativos como un videojuego”*. (31 años, mujer. Zapotlán)
- *“Sí, del INE que pasan a tu casa a que vayas a votar”*. (40 años, mujer. Lagos de Moreno)
- *“Un día llegaron a la casa a preguntarme de eso unos chicos encuestadores y también fueron dos ocasiones y estaban por ser entonces obviamente desconocía del tema porque no lo leo constantemente”*. (43 años, mujer. Tequila)

JINGLES POLÍTICOS

Al preguntarles a las personas qué opinan del uso de canciones en las estrategias de comunicación y ejemplificar con el caso de “Movimiento Naranja”, todas y todos los participantes sabían de qué canción se estaba hablando, y también coincidieron que se cumple el objetivo: ser pegajosa y mantenerse en el inconsciente de la gente.

Aún así se especificó que no todas las canciones cumplen ese objetivo y son varios factores los que confluyen para que la estrategia pueda ser catalogada como un éxito.

HJ



Los hombres jóvenes coinciden en que, guste o no guste, la estrategia de los jingles políticos funciona, siempre y cuando se cumpla con la regla de tener una letra pegajosa y un ritmo alegre. Si bien hay participantes que no comulgan con el partido en específico, todos coinciden en que se cumple el objetivo.

- “Pues como en el Movimiento Ciudadano es si espera gozo, pues si todos van a traer, inconscientemente voy a estar pensando en eso y hasta todo, pues bueno, sabes hasta los niños lo van a cantar y lo va a estar, por ejemplo, en aquel entonces los niños decían, Vota por el movimiento naranja, o sea, ellos ni sabían qué, pero como lo escuchaban”. (27 años, ZMG)
- “Yo decía de la canción de movimiento naranja. Pega porque es una manera ridícula”. (24 años, Tequila)
- “A mí me encantan, es tradición pegajosa”. (26 años, Puerto Vallarta)
- “Es un arma de doble filo porque puede resultar en un meme y es contraproducente”. (22 años, Lagos de Moreno)
- “Es como una tontería pero sí movió a una gran cantidad”. (22 años, Tequila)

MJ



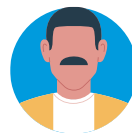
Las mujeres jóvenes cuentan con opiniones más divididas sobre el tema. Aunque se coincide que la canción utilizada de ejemplo fue sumamente famosa, hay quienes lo observan desde la ridiculez y la poca formalidad, y quienes creen que es una estrategia útil.

- “Es buena idea. Se graban rápido y son pegajosas”. (24 años, ZMG)
- “Ya somos más visuales, entonces es pegajosa, sí influye mucho”. (30 años, La Barca)
- “Sí funciona para votar ya que quienes no tienen bien definido su voto en el subconsciente puede ocasionar que se vote por ese”. (32 años, Jocotepec)
- “Para que se te quede y votes por ellos. Puede que sí vendan y puede que no, depende de la originalidad de la canción”. (31 años, Zapotlán)
- “Estaría mal si el INE y el IEPC lo hacen”. (22 años, Autlán)
- “Es pegajosa pero creo que la gente no lo toma en serio”. (24 años, Zapotlán)
- “Que no se te olvide, recordar”. (35 años, Puerto Vallarta)
- “Ayuda mucho el tener canciones pegajosas”. (25 años, La Barca)

JINGLES POLÍTICOS

Las personas adultas cuentan también con opiniones diferenciadas entre el gusto o disgusto de utilizar canciones en las estrategias de comunicación. Se coincide en que pueden lograr su objetivo, pero observan con más cautela y rigidez el que una institución pierda la “seriedad” que les caracteriza.

HA



Los hombres adultos comparan este tipo de campañas con las promovidas por Televisa en años anteriores, o con el PRI a finales del siglo anterior. Es por ello que no les genera plena confianza, como es el caso con el segmento más joven.

- *“Sí es, pero me parece que es malvado. Más cuando hay artistas involucrados porque son pagados”.* (52 años, ZMG)
- *“Es lo mismo que pasó con el PRI, si le preguntabas a las personas mayores por quién iban a votar te decían por el PRI, ¿por qué? Porque tomaba los colores de la bandera. Entonces llegabas a la casilla y decías “yo voto por México”. Aquí ya tienes pegada la cancioncita de “Movimiento naranja”.* (54 años, Tequila)
- *“La campaña del 2000 Vicente Fox la ganó por cómo hablaba, su forma de vestir y la mayoría de los que venían en ese barco del PAN, todos ganaron. Porque creíamos que existía el cambio”.* (54 años, Tequila)
- *“A mí se me hace hasta una falta de respeto, porque desde ahí comienza la seriedad”.* (51 años, Autlán)
- *“A mí para el IEPC y el INE sí me parece bien porque no quieren sacar un beneficio propio, pero para los partidos políticos no, son muchos, van a terminar haciendo todo un álbum”.* (39 años, Autlán)

MA



En el caso de las mujeres adultas, pareciera que el uso de este tipo de canciones resulta más indiferente a comparación con otros segmentos. En general, fueron pocas sus aportaciones para este tema en particular, coincidiendo en general con lo que sus compañeros mencionaban.

- *“Sí, porque se quedan las canciones”.* (51 años, Tepatlán)

QUÉ SE SABE DEL IEPC

Para este apartado se les pidió a las y los participantes que describieran con sus palabras, y según lo que se había platicado del IEPC a lo largo de todo el ejercicio, qué era esa institución y cuáles eran sus principales funciones. También, si consideran que hay alguna disfuncionalidad en el trabajo que realiza el Instituto que sea importante abordar y qué valores son los que deben caracterizar al Instituto.

La mayoría de las personas recordaron que se encarga de organizar las elecciones a nivel estatal, mientras que el INE lo hace a nivel federal.

Entre sus observaciones, se destaca la falta de conocimiento en general sobre el Instituto.

HJ



Los hombres jóvenes quedan con la idea de un Instituto que se encarga de todo el tema electoral, pero nada más allá. Algunos de los valores que mencionan son encaminados a la transparencia, la honorabilidad, la igualdad y la diversidad.

- *“¿Yo no sé si incluir algún valor local, sabes? Es decir, en la democracia es algo universal, pero como algo que identifique al jalisciense, cada región debe de tener como algo que lo identifique y que sea parte de lo que logre la identidad o la identificación con el resto de la comunidad de ese mismo Estado, no, a lo mejor faltaría eso”.* (22 años, ZMG)
- *“Equidad, transparencia”.* (30 años, ZMG)
- *“Una organización de mucha gente que le pagan para que vayas y te animes a votar”..* (26 años, Tequila)
- *“El que elige quien será los próximos candidatos municipal”.* (28 años, Puerto Vallarta)
- *“Diversidad”.* (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)
- *“Transparencia”.* (26 años, Puerto Vallarta)
- *“Que anden de shorts o lo que sea pero que transmitan un mensaje y que lo veas sincero”.* (24 años, Tequila)

MJ



Las mujeres jóvenes consideran que el Instituto debe trabajar en darse a conocer, compartir cuáles son sus funciones y, específicamente, asegurarle a la ciudadanía que su voto está seguro con ellos. Algunos valores que se mencionan son: lealtad, honestidad, transparencia y ética.

- *“Son los que se aseguran de que haya esa participación ciudadana y administración Estatal”.* (24 años, ZMG)
- *“No hay personas que hablen sobre su participación en el IEPC. Sí está puesto para las elecciones, pero no se le conocen sus funciones”.* (22 años, ZMG)
- *“Se necesita dar más a conocer”.* (27 años, ZMG)
- *“Falta de asegurar que su voto esta en confianza, la transparencia, aumentar su credibilidad”.* (32 años, Jocotepec)
- *“Transparencia en sus movimientos”.* (31 años, Zapotlán)
- *“Que fueran sinceros, transparentes. Que esté preparada, que se vea que sabe”.* (24 años, Tequila)
- *“Cuidar los procesos”.* (30 años, La Barca)
- *“Respetar sus funciones”.* (25 años, La Barca)

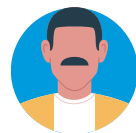
QUÉ SE SABE DEL IEPC

Para este apartado se les pidió a las y los participantes que describieran con sus palabras, y según lo que se había platicado del IEPC a lo largo de todo el ejercicio, qué era esa institución y cuáles eran sus principales funciones. También, si consideran que hay alguna disfuncionalidad en el trabajo que realiza el Instituto que sea importante abordar y qué valores son los que deben caracterizar al Instituto.

La mayoría de las personas recordaron que se encarga de organizar las elecciones a nivel estatal, mientras que el INE lo hace a nivel federal.

Entre sus observaciones, se destaca la falta de conocimiento en general sobre el Instituto.

HA



Los hombres adultos identifican de forma general que el IEPC es el encargado de organizar las elecciones en el estado, y que, a diferencia del INE, ellos no emiten una credencial. Consideran que entre sus valores debe predominar la neutralidad, la honestidad y la confianza.

- *“Yo pondría la falta de visibilidad en cuestión de que pienso que debería ser más visibles”*. (52 años, ZMG)
- *“Sí y creo que el INE lo conocemos todos pero no el de nuestro estado. Saber que no dependemos de la federación para que nos organicen ellos. Es lo único que nos venden en la televisión”*. (53 años, Tequila)
- *“Le falta neutralidad, ya que se filtra personas de partidos políticos”*. (42 años, Jocotepec)
- *“No, porque es un organismo que se enfoca en que no haya corrupción. Es una defensa”*. (58 años, Zapotlán).
- *“Es una institución haga una función diferente como estudios de participación ciudadana, a parte de las elecciones locales”*. (38 años, Puerto Vallarta)
- *“Para las elecciones locales, nada más no te darán la credencial”*. (36 años, Puerto Vallarta)

MA



Las mujeres adultas coinciden en que el IEPC debe trabajar en “darse a conocer”; identifican que es quien se encarga de resguardar su voto y protegerlo, así como un organismo que le ayuda a “liberar” la carga de trabajo del INE (sic.).

- *“Son los candidatos que van al Estado”*. (60 años, ZMG)
- *“El que se encarga de resguardar tu voto y proteger”*. (40 años, Jocotepec)
- *“Dar credibilidad al IEPC, le falta más comunicación y difusión”*. (37 años, Jocotepec)
- *“Es una ayuda para desahogar el trabajo”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“Que no se da a conocer la diferencia”*. (42 años, Puerto Vallarta)
- *“Le falta difusión no se puede opinar de algo que no se conoce”*. (37 años, Puerto Vallarta)
- *“Respeto”* (40 años, Lagos de Moreno)
- *“Seriedad”*. (60 años, Lagos de Moreno)
- *“Eficacia”*. (32 años, Jocotepec)

LOGO IEPC

En esta sección se le mostró a las y los participantes los dos logos del IEPC: el tradicional (color morado) y la nueva propuesta para el proceso electoral 2023-2024 (azul verdoso). Se les pidió observarlos para posteriormente comunicar cuál era su favorito y la razón de su respuesta; qué representaba para ellos el color morado y qué representaba el azul.

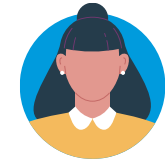
HJ



No hay un consenso entre los participantes de este segmento para elegir un logo favorito, pero entre los dos logos, el morado se relaciona más a algo independiente, mientras que el color azul les genera una imagen de algo nuevo.

- *“Me gusta más en Morado, es que ese ya se ve como de un partido como del PAN o de Nueva Alianza. Yo si lo hubiera visto, hubiera dicho, lo cambiaron por algo hay un trasfondo político que lo están cambiando”.* (24 años, ZMG)
- *“También el blanco siempre da un toque así... como en los hospitales, te transmite como seguridad, que es de confianza la institución”.* (26 años, Tequila)
- *“El nuevo es más llamativo”.* (26 años, La Barca)
- *“El azul me recuerda a un partido”* (22 años, Lagos de Moreno)
- *“Color agavero”.* (refiriéndose al verde) (26 años, La Barca)
- *“Se ve ecológico este nuevo color”.* (35 años, Autlán)
- *“Le falta algo más explícito que diga que es para votar”.* (35 años, Autlán).

MJ



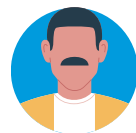
Las mujeres jóvenes prefieren de manera general el logo de color azul, aunque también hay quienes prefieren el morado. El último genera similitudes al partido Hagamos, el azul se relaciona con la naturaleza, un aspecto mucho más relajado.

- *“Identifico el morado con el partido Hagamos”.* (23 años, ZMG)
- *“No me gusta el color azul, prefiero el morado”.* (22 años, ZMG)
- *“Me gusta más el azul”.* (Dos mujeres de 30 años aprox) Lagos de Moreno
- *“El verde es más llamativo”.* (30 años, La Barca)
- *“Que es vida, la naturaleza, el agua”.* (Mujer, 24 años, Zapotlán)

LOGO IEPC

En esta sección se le mostró a las y los participantes los dos logos del IEPC: el tradicional (color morado) y la nueva propuesta para el proceso electoral 2023-2024 (azul verdoso). Se les pidió observarlos para posteriormente comunicar cuál era su favorito y la razón de su respuesta; qué representaba para ellos el color morado y qué representaba el azul.

HA



A los hombres adultos les genera más interés el logo color azul, en diferencia con el de color morado. Algunas de las razones es porque el agua lo asocian con factores más vivos, mientras que la tonalidad del morado les transmite más seriedad.

- *“En la tonalidad hay dos, uno de las feministas y otro de una campaña de cáncer”*. (52 años, Tequila)
- *“Éste. Tiene más vida”*. (37 años, Tequila) (Sobre el logo azul)
- *“Por los colores”*. (64 años, Zapotlán) (Sobre el logo azul)
- *“Es vida”*. (64 años, Zapotlán)
- *“El mar”*. (58 años, Zapotlán)
- *“Sí, en unas personas con playeras lo traían”*. (logo tradicional) (38 años, Puerto Vallarta)

MA



Las mujeres adultas no identifican una preferencia específica sobre algún logo, las opiniones son diversas y ambos colores les recuerdan a partidos (sobre el logo morado no recuerdan qué partido se asemeja, mientras que el azul lo relacionan con el PAN).

- *“El color azul van a pensar que te fuiste por el PAN”*. (60 años, ZMG)
- *“Me recuerda a un partido, porque es morado con blanco”*. (48 años, Tequila)
- *“Me gusta más el morado”*. (40 años, Lagos de Moreno)
- *“Está mejor este nuevo color”*. (49 años, Autlán)
- *“El color nuevo está más alegre”*- (49 años, Autlán)
- *“Es más neutral, el color es más varonil”*. (38 años, Puerto Vallarta) (Azul)
- *“El nuevo, me gusta con más vida más renovado”*. (42 años, Puerto Vallarta)

LOGO IEPC

En esta sección se le mostró a las y los participantes los dos logos del IEPC: el tradicional (color morado) y la nueva propuesta para el proceso electoral 2023-2024 (azul verdoso). Se les pidió observarlos para posteriormente comunicar cuál era su favorito y la razón de su respuesta; qué representaba para ellos el color morado y qué representaba el azul.

ZMG

Si bien las opiniones sobre los logos fueron similares bajo este segmento, es importante mencionar que las personas residentes de la ZMG fueron menos expresivas sobre su opinión ante los logos distintos, al parecerles de poca importancia la variación del color; lo que ocasionaba que uno o dos participantes brindaran su opinión y el resto solo coincidiera.

- *En general los participantes prefieren el logo morado. (Grupo focal hombres ZMG)*
- *“Me gusta más en el morado, es que ese ya se ve como de un partido como del PAN o de Nueva Alianza, no sé. el otro es como de independiente. Yo si lo hubiera visto, hubiera dicho, lo cambiaron por algo hay un trasfondo político que lo están cambiando”. (24 años, hombre)*
- *“No me gusta el color azul, prefiero el morado”. (27 años, mujer)*
- *“Me agrada el nuevo”. (22 años, mujer)*
- *“Identifico el morado con el partido Hagamos”. (23 años, mujer)*

INT. ESTADO

Contrario a las personas que viven en la ZMG, las personas del interior del estado se mostraron más interesadas en opinar sobre la preferencia entre los logos proyectados, recabando así más opiniones y perspectivas de los mismos.

- *“También el blanco siempre da un toque así... como en los hospitales, te transmite como seguridad, que es de confianza la institución”. (26 años, hombre. Tequila)*
- *“Sí, me gusta más el logo anterior, me gusta más porque soy más minimalístico”. (26 años, hombre. Puerto Vallarta)*
- *“Color agavero”. (refiriéndose al verde) (26 años, hombre. La Barca)*
- *“El verde es más llamativo”. (30 años, mujer. La Barca)*
- *“El nuevo, me gusta con más vida más renovado”. (42 años, mujer. Puerto Vallarta)*
- *“Es más neutral, el color es más varonil”. (38 años, mujer. Puerto Vallarta) (Azul)*
- *“El color nuevo está más alegre”. (49 años, mujer. Autlán)*

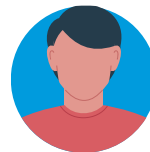
SPOT IEPC

En esta sección se mostró a las y los participantes un breve spot del IEPC de 30 segundos de duración, mismo que comunica de forma breve las diferencias entre el INE y el Instituto, así como las facultades del mismo.

Las personas en general se mostraron interesadas en el video, destacaron entre los positivos su breve duración y la claridad del objetivo a comunicar.

También, en este apartado, se les preguntó su opinión respecto al slogan del Instituto (#TuVozEsElPoder).

HJ



Los hombres jóvenes en general reciben de manera positiva el spot. Agradecen que su duración sea corta y que se capte la atención desde el inicio debido al juego de la adivinanza. Algunas personas lo encontraron “enfadoso”, pero en general agradó al segmento.

- *“Qué es informativo para te está diciendo lo que hace el instituto político”. (27 años, ZMG)*
- *“Las funciones que motivan a realizar lo que están haciendo”. (22 años, ZMG)*
- *“No, pues te transmite una buena información. Bueno, yo lo creí. Te transmite una buena información y te da el conocimiento de ver”. (24 años, ZMG)*
- *“En esos tiempos está perfecto si es de esos anuncios que no puedes omitir”. (24 años, Tequila)*
- *“Te resuelve la duda y te dice qué hace”. (SPOT) (22 años, Lagos de Moreno)*
- *“Yo estoy pensando por las personas con discapacidad que son mudas, ellas o pueden hablar, no tienen voz. En ese aspecto me parece excluyente”. (SLOGAN) (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)*
- *“Me voy a abstener, se me hace muy enfadoso”. (26 años, La Barca)*
- *“Como ese tipo de comerciales eran de los que me refería que deberían hacerse y compartirse en tiktok, que se hagan virales”. (35 años, Autlán)*

MJ



Las mujeres jóvenes ven de manera positiva el spot, ya que confluyen 3 aspectos que este segmento considera importante: educación, tiempo y entretenimiento. Al mismo tiempo que las educa, no es aburrido, la información es concisa y el tiempo muy breve.

- *“Buena duración, cortito pero completo”. (23 años, ZMG)*
- *“El spot educa”. (24 años, ZMG)*
- *“En TikTok no creo, pero en la tele sí”. (¿Te detendrías a ver el spot?) (21 años, ZMG)*
- *“Sí está mejor TuVozEsTuPoder porque si te sientes presionado por algún partido tu tienes la voz”. (Slogan) (21 años, ZMG)*
- *“Está muy chido porque te da más información y así puedes hacer la distinción entre el IEPC y el INE”. (27 años, ZMG)*
- *“Saber que existe. Porque la mayoría sabe del INE pero no del IEPC”. (26 años, Tequila)*
- *“Está lindo porque te reduce rápido todas las funciones que tiene. No se me hace enfadoso”. (22 años, La Barca)*
- *“Sobreactuado, pensé que era un video viejo, se necesita un video mas fresco, el slogan si me gusta”. (30 años, Jocotepec)*

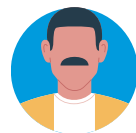
SPOT IEPC

En esta sección se mostró a las y los participantes un breve spot del IEPC de 30 segundos de duración, mismo que comunica de forma breve las diferencias entre el INE y el Instituto, así como las facultades del mismo.

Las personas en general se mostraron interesadas en el video, destacaron entre los positivos su breve duración y la claridad del objetivo a comunicar.

También, en este apartado, se les preguntó su opinión respecto al slogan del Instituto (#TuVozEsElPoder).

HA



Los hombres adultos consideran, en su amplia mayoría, que el spot es útil, informativo, entretenido y con una duración adecuada. Aclara las dudas que pueden existir sobre las diferencias entre el INE y el IEPC, dejándoles un poco más claro las competencias entre cada instituto.

- *“Realmente refleja que la mayor parte de la gente se confunde en torno a lo que hace el local y el federal y le tienes que decir qué es, ¿qué sí es y qué no es para que lo distinga, ¿no? Y está bien, no, pero sí refleja lo que muchos creen”.* (52 años, ZMG)
- *“Está bueno. Cómo que dijeron “hay que transmitir estás ideas, que sea este juego”. Es como adivina quién pero de palabras”.* (52 años, Tequila)
- *“Nos da a conocer las funciones del IEPC y la verdad yo con los años que tengo nunca había escuchado del IEPC, siempre pensé que era el INE el que hacía todo, y ahorita en 30 segundos aprendes eso”.* (55 años, Lagos de Moreno)
- *“Sí te quita la imagen del INE, también ellos en el video pensaban de INE y te enseña que hay más”.* (39 años, Autlán)
- *“Muy bien, por la transparencia que dicen ahí claramente. Para mí está bien así, te pone a pensar”.* (64 años, Zapotlán)

MA



Las mujeres adultas reciben con un poco menos de interés el spot. Esto porque no les queda claro a qué segmento en específico de la población va dirigido, y consideran que es inorgánico.

- *“No puedo apreciar a qué enfoque va el spot, me gustaría que fuera más cotidiano, más como los youtubers”.* (45 años, Jocotepec)
- *“No refleja lo que es el IEPC”.* (55 años, Tepatitlán)
- *“Informativo, pero no causa nada”.* (51 años, Tepatitlán)
- *“Convence”.* (49 años, Autlán)
- *“A mí me gustaría más TuVotoEsTuPoder”.* (Slogan) (60 años, ZMG)

REDES SOCIALES

Si bien el top de redes favoritas entre cada participante presentaba ciertas variaciones, se puede concluir de manera general que las redes más utilizadas son:

1. Facebook
2. Instagram
3. Tik Tok
4. Whatsapp
5. Twitter

Facebook destaca como la preferida entre participantes en general debido a la combinación de contenidos que presenta (noticias, entretenimiento y actualizaciones de círculos sociales), además de su accesibilidad (fácil de entender y con opción gratuita si no se cuenta con internet o datos celulares).

HJ



Los hombres jóvenes coinciden en que sus apps de mayor uso son Facebook e Instagram. Los contenidos que suelen consumir son entretenimiento (comedia), noticias, deportes y publicaciones de sus conocidos.

- *“Posibilidad de alcance en Facebook este inclusive, pues vienen y los hipervínculos de unas páginas, algunos enlaces y demás más rápido, pues y pues hay más comunidad, o sea, existen más personas en vivo”*. (24 años, ZMG)
- *“Acá, pues, aunque para creo que dije Facebook, pero cambiaría por YouTube para porque pues tienes más este un contenido más amplio y puedes ver noticias que para informarte creo que sería YouTube”*. (27 años, ZMG)
- *“Ahí están todos mis cuates”*. (Sobre Facebook) (28 años, Tequila)
- *“Ahí sí son storytimes. Son muy raros, es que uno de repente dice “me quiero desconectar un rato y ya me salgo”*. (24 años, Tequila) (Sobre Tik Tok)
- *“Entretenimiento y noticias”*. (22 años, Lagos de Moreno)
- *“Facebook, los videos son más variados”*. (26 años, Puerto Vallarta)
- *“Instagram y Twitter”*. (22 años, persona NB. Lagos de Moreno)

MJ



En el caso de las mujeres jóvenes, Instagram entra también a su top 3 de redes sociales más utilizadas, de la mano de Facebook y Tik Tok, esto debido a la especificidad que maneja el algoritmo con sus gustos e intereses.

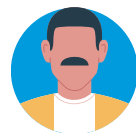
- *“Las redes ya son adicción y rutina, cada que me levanto debo ver mínimo 15 minutos de Tik Tok”*. (22 años, ZMG)
- *“Porque ya el algoritmo está adecuado a mis gustos y ya tengo construido mi contenido”*. (IG y Tik Tok) (24 años, ZMG)
- *“Las noticias están narradas y son más accesibles y sencillas de verlas y leerlas”*. (Sobre Tik Tok) (26 años, ZMG)
- *“Siento que es la más básica. De las primeras que se dieron a conocer”*. (26 años, Tequila) (Sobre Facebook)
- *“Tiktok porque son videos cortos y digeribles, porque explica todo conciso”*. (35 años, Jocotepec)
- *“Facebook. Es fácil de usar y es lo primero que usé, casi no me gusta estar en las redes sociales”*. (24 años, Zapotlán)
- *“Lo que más consumo en redes los chismes y moda”*. (30 años, Tepatitlán)
- *“Facebook, es lo que todos utilizan y ya hay muchas páginas que te hacen llegar las noticias”*. (30 años, Autlán)

REDES SOCIALES

En el caso de las personas adultas, las redes sociales más mencionadas se reducen a Facebook y Whatsapp, esto debido a la conexión que mantienen con sus círculos sociales y la facilidad de informarse y entretenerse.

Algunos de los contenidos más consumidos son las noticias, deportes, música, recetas de cocina y espiritualidad.

HA



Los hombres adultos pasan más tiempo en Facebook y Whatsapp, lo utilizan para estar en contacto con sus conocidos, informarse y encontrar grupos y temas de sus intereses en particular.

- *“Facebook, qué hacen mis amigos”*. (52 años, Tequila)
- *“Facebook porque se encuentra información más profunda”*. (50 años, Jocotepec)
- *“Videos de entretenimiento”*. (37 años, La Barca)
- *“Televisión. El face y esas cosas. Facebook porque fue el primero. Es el más sociable”*. (64 años, Zapotlán)
- *“Temas de agricultura”*. (51 años, Autlán)
- *“Clima”*. (39 años, Autlán)
- *“Yo Twitter porque comparas y contrastas al instante, no sé si veo en la información, voy a las 3 fuentes que ya conozco”*. (52 años, ZMG)

MA



Las mujeres adultas coinciden con los hombres de su segmento sobre las redes más utilizadas, por las mismas razones. Cambia el interés de contenidos, pero particularmente las prefieren por combinar información y entretenimiento.

- *“Porque es agarrar el teléfono y ya”*. (54 años, Tequila) (Sobre Facebook)
- *“De cocina y noticias”*. (40 años, Lagos de Moreno)
- *“Cocina, cosas de salud”*. (46 años, Tequila)
- *“Videos de belleza, chismes, política, usa más Facebook”*. (38 años, Jocotepec)
- *“El clima y las noticias de Guadalajara”*. (49 años, Autlán)
- *“Twitter cosas política, Facebook para socializar, Instagram para estilo de vida”*. (38 años, Puerto Vallarta)
- *“Yo tengo puro Whatsapp”*. (49 años, Autlán)

Conclusión general

El presente estudio consistió en 10 grupos focales alrededor del estado de Jalisco para recabar la mayor cantidad de perspectivas y opiniones de los contextos que atraviesan a nuestro estado.

Aunque en el imaginario general se piensa que las personas son apáticas a la política y a hablar de ella, cabe resaltar que este ejercicio tuvo resultados favorables gracias a la apertura de las personas a hablar sobre estos temas.

No es que la ciudadanía en general sea completamente apática a discutir este tipo de temas, lo importante es darle espacio a su opinión y a su perspectiva de ver las cosas.

Las y los jaliscienses **están interesados en lo que ocurre en su estado**, pero se debe superar el reto de la barrera de comunicación, con el fin de lograr captar su atención.

Esto se logra con la diversificación de medios de comunicación (desde redes sociales hasta perifoneos y brigadas físicas) con estrategias que presenten la información según grupos de edad y contextos territoriales.



Grupo focal #7: ZMG Mujeres

Conclusiones

En el siguiente apartado se presentarán las conclusiones **generales** del estudio, tomando en cuenta la información proporcionada por las y los participantes, para brindar una respuesta a los cinco objetivos específicos del estudio.

Obj. 1: Identificar los temas y problemas que la ciudadanía considera importantes en las elecciones locales o regionales, así como las preocupaciones y necesidades específicas de los diferentes grupos de ciudadanos/as.

Conclusión #1: La problemática más importante que las y los participantes identifican relacionado con las elecciones no es algo de razón física u operativa, es el encontrar la motivación para acudir y poder hacer una elección consciente de su voto, ante la poca oferta de opciones políticas diversas que observan.

Algunas de las necesidades específicas generales, es el reducir el tiempo en las filas para efectuar el voto, poder contar con protecciones contra el sol, mantener un límite más firme con representantes de partidos que pueden llegar a incomodar a las personas e implementar una estrategia de comunicación que esté recordando las fechas importantes en torno a la credencial y al día de la votación.



Grupo focal #1: Tequila

Conclusiones

Obj. 2: Identificar las formas en que la ciudadanía busca y consume información sobre las elecciones y las candidaturas, y cómo pueden ser mejor alcanzados y motivados a participar en el proceso electoral.

Conclusión #2: Con base en la información y opiniones compartidas por las y los participantes, se puede concluir que el principal medio que utiliza la ciudadanía para informarse sobre los temas mencionados son las redes sociales en primer lugar y la televisión en segundo. En general se prefieren las redes sociales en gran parte por su accesibilidad, ya que pueden consultar su celular en cualquier tiempo muerto que tengan, contrario a otro tipo de medios. Además, la diversidad de fuentes de información y de formatos de presentación contribuye a que las personas encuentren cada vez información más breve y con estímulos más llamativos, el riesgo de esto es que no suelen mencionar algún filtro que tengan para prevenirse de las *fake news* o de las notas amarillistas.

Al preguntar cómo pueden las campañas de difusión llegar a más personas al mismo tiempo que se transmite el mensaje completo, se concluyó que el formato audiovisual, tipo *Tik Tok*, es de lo más adecuado, sin olvidar la segmentación por grupo de edad para variar el lenguaje y el guion a utilizarse.



Grupo focal #2: Lagos de Moreno

Conclusiones

Obj. 3: Evaluar la efectividad percibida de los diferentes canales y estrategias de difusión del voto, así como los mensajes y materiales utilizados.

Conclusión #3: Al preguntar sobre qué campañas de los institutos electorales permanecían en la memoria de las y los participantes, un factor en común era lo “pegajoso” de las palabras y eslogan utilizados en ese momento, aún mayor si el comercial en cuestión venía acompañado de una canción o melodía particular. También, se mantiene muy presente una campaña realizada por el Instituto Nacional Electoral donde personas famosas y líderes sociales invitaban a la ciudadanía a participar en el proceso de elecciones. Esto apunta a que las personas requieren de un “gancho” para dejar lo que están haciendo en ese momento y comenzar a prestar atención al comercial o spot que se transmite. Esto puede apoyarse de algún jingle político, un *trend* de Tik Tok o una referencia a un *meme* en tendencia de las redes sociales. Sobre las estrategias de difusión que ha realizado el IEPC, algunas de las señaladas con mayor potencial para atraer la atención son los conciertos, los shows de comedia y las jornadas universitarias.



Grupo focal #3: La Barca

Conclusiones

Obj. 4: Identificar las necesidades y expectativas de la ciudadanía en relación con la organización y el proceso electoral, incluyendo la accesibilidad de los centros de votación y la transparencia y seguridad del proceso.

Conclusión #4: Al preguntar de manera general si el proceso que consiste en salir hacia la casilla y efectuar el voto era fácil o difícil, la gran mayoría de las y los participantes coincidió en la sencillez del proceso.

Eso no quiere decir necesariamente que sea rápido, pero sí sencillo. Lo que complica el acudir a votar es el vencer la “flojera” que se alimenta de círculos sociales que desestiman la participación o de otros obstáculos como la longitud de las filas, la distancia a la casilla (un participante mencionó no haber acudido a votar porque la casilla estaba ubicada en una localidad diferente a la que él vivía), las condiciones climáticas (específicamente el calor) y el ambiente social de la casilla.

Las y los participantes confían en las y los funcionarios de casilla que les orientan y reciben su voto, pero en el momento en que ellos entregan las urnas a personal del IEPC y del INE, es donde la desconfianza inicia. Esto debido al desconocimiento del proceso que continúa una vez que llegan las urnas a las Juntas Locales o Distritales.



Grupo focal #5: Jocotepec

Conclusiones

Obj. 5: Identificar posibles soluciones y estrategias para abordar las barreras y obstáculos a la participación electoral, y mejorar la efectividad de la difusión del voto.

Conclusión #5: Las personas desconocen en general las funciones del IEPC y por qué es necesario e importante contar con un organismo electoral local, desde ese desconocimiento se basa la desconfianza en su trabajo, sumado a la idea general que incluye a los institutos electorales en el mismo saco que a los partidos políticos y gobernantes en general.

Hubo un amplio consenso en que la forma de comunicar debe encaminarse a la frescura, a la diversificación por segmentos y a la calidad de la información que se comparte. El spot que se proyectó fue bien recibido por su brevedad, su dinámica entretenida y porque las personas sintieron que se educaron en aproximadamente 30 segundos.

Es así, que es necesario incluir en esta nueva estrategia de comunicación un apartado específico que transparente el camino del voto después de entregadas las urnas en la casilla, lo que hace el IEPC para proteger ese voto y lo que continúa haciendo **después de las elecciones**.



Grupo focal #9: Autlán

¡Gracias!



f Consultores Alternativa @AlternativagdI @Alternativacons

Resultados de grupos focales.
Estudio cualitativo / IEPC JALISCO

AGOSTO - SEPTIEMBRE 2023

Grupo focal #6: Tepatlán