



# La cultura política de los y las jóvenes en la Ciudad de México 2018

Silvia Gómez Tagle







## CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Consejero presidente: Mario Velázquez Miranda  
Consejeras y consejeros electorales: Carolina del Ángel Cruz  
Erika Estrada Ruiz  
Mauricio Huesca Rodríguez  
Sonia Pérez Pérez  
César Ernesto Ramos Mega  
Bernardo Valle Monroy

Encargado de Despacho  
de la Secretaría Ejecutiva: Gustavo Uribe Robles

## REPRESENTANTES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ANTE EL CONSEJO GENERAL

Partido Acción Nacional: José Manuel Delgadillo Moreno, propietario  
Ámbar Reyes Moto, suplente  
Partido Revolucionario Institucional: Enrique Nieto Franzoni, propietario  
Christian Omar Castillo Triana, suplente  
Partido de la Revolución Democrática: Pablo César Lezama Barreda, propietario  
Itzel Bello Alcaraz, suplente  
Partido del Trabajo: Ernesto Villarreal Cantú, propietario  
Benjamín Jiménez Melo, suplente  
Partido Verde Ecologista de México: Yuri Pavón Romero, propietario  
Dafne Rosario Medina Martínez, suplente  
Movimiento Ciudadano: Armando de Jesús Levy Aguirre, propietario  
Horacio Salomón Abreu García, suplente  
Morena: Araceli Rojas Osorno, propietaria  
Juan Romero Tenorio, suplente  
Partido Equidad, Libertad y Género: Francisco Javier García Ramírez, propietario  
José Eduardo Castellanos Sandoval, suplente  
Partido Encuentro Solidario: Inocencio Juvencio Hernández Hernández, propietario  
Yaremi Escobar Martínez, suplente  
Partido Redes Sociales Progresistas: Domingo Alberto Alanís García, propietario  
Adán Montero Alarcón, suplente  
Partido Fuerza por México: Luis Ricardo Galguera Bolaños, propietario  
Armando Ríos Piter, suplente

## DIPUTADAS Y DIPUTADOS INVITADOS PERMANENTES DE LOS GRUPOS PARLAMENTARIOS DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Partido Acción Nacional: Diego Orlando Garrido López  
Jorge Triana Tena  
Partido Revolucionario Institucional: Armando Tonatiuh González Case  
Partido de la Revolución Democrática: Jorge Gaviño Ambriz  
Partido del Trabajo: Jannete Elizabeth Guerrero Maya  
Circe Camacho Bastida  
Partido Verde Ecologista de México: Alessandra Rojo de la Vega Piccolo  
Morena: Donají Ofelia Olivera Reyes  
Asociación Parlamentaria  
del Partido Encuentro Social: Fernando José Aboitiz Saro  
Miguel Ángel Álvarez Melo



La **cultura política**  
de los y las **jóvenes**  
en la **Ciudad de**  
**México**  
**2018**

Silvia Gómez Tagle



COMITÉ EDITORIAL DEL INSTITUTO ELECTORAL  
DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Carolina del Ángel Cruz  
*Presidenta*

Juan Carlos Amador Hernández  
Mauricio Huesca Rodríguez  
Rosa María Mirón Lince  
Bernardo Valle Monroy  
*Vocales*

Gustavo Uribe Robles  
*Secretario técnico*

**Contenido**

Autora: Silvia Gómez Tagle

**Edición**

**Dirección Ejecutiva de Educación Cívica y Construcción de Ciudadanía**

Gerardo Francisco Cabrera López, encargado del Despacho de la Dirección Ejecutiva

Coordinación: José Luis García Torres Pineda, coordinador editorial

Supervisión, formación y diseño: Kythzia Cañas Villamar, jefa del Departamento de Diseño y Edición

Corrección: Ricardo Raúl Benítez Estrada, analista corrector de estilo

Primera edición, septiembre de 2021

ISBN electrónico: 978-607-8605-68-2

D.R. © Instituto Electoral de la Ciudad de México

Huizaches 25, Rancho Los Colorines,

Tlalpan, 14386, Ciudad de México.

[www.iecm.mx](http://www.iecm.mx)

Lo expresado en esta obra es responsabilidad exclusiva de quien lo suscribe.

Publicación electrónica de acceso gratuito, prohibida su venta.

Hecho en México.

# Índice

<b>Agradecimientos</b> .....	7
<b>Introducción</b> .....	8
Los y las jóvenes, una población que se encuentra entre la marginación y la indiferencia frente a la política .....	8
¿Por qué los y las jóvenes? .....	9
¿Qué aporta este estudio?.....	9
Antecedentes y objetivos.....	10
La cultura política .....	11
Intensidad política del momento 2018.....	11
Estrategia de investigación .....	12
<b>Capítulo I. ¿Cómo son los y las jóvenes en la Ciudad de México?</b>	
Perfil socioeconómico .....	14
<b>Capítulo II. Acceso a medios de información y uso de las tecnologías de la información y la comunicación</b> .....	18
<b>Capítulo III. La participación política, las redes sociales</b> .....	22
<b>Capítulo IV. La ciudadanía y la política electoral. Conocimiento de la política nacional</b> .....	27
<b>Capítulo V. La relación de la ciudadanía con el poder</b> .....	48
<b>Capítulo VI. El ejercicio de la ciudadanía</b> .....	51
<b>Capítulo VII. Conocimiento y opinión de las instituciones electorales</b> .....	54
<b>Reflexiones finales</b> .....	64
<b>Apéndice. Metodología</b> .....	67
Diseño de la encuesta y selección de la muestra .....	67
Diseño y selección de la muestra para la Ciudad de México por Berumen y Asociados .....	68
<b>Fuentes</b> .....	74





# Agradecimientos

El presente trabajo de investigación fue posible gracias al apoyo del Instituto Electoral de la Ciudad de México y El Colegio de México, así como por la colaboración de: Berumen y Asociados en el levantamiento de la encuesta; Oniel Díaz y Ana Peña en el diseño del cuestionario; Fernanda Ramírez en el seguimiento y la gestión del proyecto; y Brenda Pe-  
rea y Fernanda Ramírez en la redacción.

# Introducción

Para las instituciones encargadas de promover la democracia, como son los institutos electorales en México, el tema de la cultura política de los y las jóvenes es de gran importancia, porque incursionar en los universos de significados y emociones que movilizan a este sector de la población puede convertirse en un instrumento de gran valor para el diseño de políticas enfocadas en la promoción de la cultura democrática.

Así, este estudio contempla aspectos relevantes de la cultura y la participación ciudadana de las y los jóvenes mexicanos, y fue realizado en un momento de grandes cambios en el país, de gran intensidad política y de alta participación, en el que, se puede afirmar, han tenido lugar procesos de construcción de ciudadanía en este segmento poblacional, lo cual agrega valor a los datos generados a través de la encuesta.

## Los y las jóvenes, una población que se encuentra entre la marginación y la indiferencia frente a la política

Con esta investigación se pretende demostrar que los y las jóvenes de México no se ajustan a los atributos que les han asignado estudios de opinión y cultura política como los de Latinobarómetro, que consideran que se caracterizan por su desafección frente a la democracia: tras realizar varios estudios, incluida la *Encuesta nacional de cultura política de los jóvenes 2012* (ECPJ2012), se cuenta con elementos para sostener que la juventud no es apolítica, sino que ha sido abandonada por las instituciones políticas, de Gobierno e, inclusive, por las instituciones electorales.

De este modo, algunas personas autoras advierten que “no existe un vínculo real, un canal de comunicación gobierno-sociedad o sociedad-gobierno”,<sup>1</sup> por lo que, para que los y las jóvenes se involucren en la política, es necesario conocerlos, entender su cultura política y diseñar políticas públicas específicas afines a sus expectativas.

<sup>1</sup> Leticia Heras, Oniel Francisco Díaz Jiménez y Ramiro Medrano González (coords.), *Partidos políticos, campañas electorales y redes sociales en lo local: Elecciones 2015 en el Estado de México*, Ciudad de México, Fontamara, 2017.

## ¿Por qué los y las jóvenes?

La población joven merece atención prioritaria, por el gran peso electoral que tiene en la actualidad y porque representa el futuro de la democracia mexicana. Se estima que, en las elecciones del 1 de julio en México, más de 25 millones de jóvenes asistirán a las urnas, y de ellos y ellas, más de la mitad serán primeros votantes.

Las y los jóvenes han sido definidos en este proyecto como el grupo etario de 18 años como límite inferior (edad en que los mexicanos y las mexicanas adquieren la ciudadanía, y en consecuencia pueden votar), y los 29 años como límite superior, el cual es un rango reconocido por diversas instituciones, como el Instituto de la Juventud de la Ciudad de México (INJUVE).

Así, en la Ciudad de México hay 7 663 870 personas inscritas en la lista nominal, de las cuales aproximadamente 30 % son jóvenes. Además del peso demográfico de su participación en esta elección, tales jóvenes seguirán teniendo una presencia muy importante por varias décadas en la política nacional. Por eso, no es exagerado decir que el futuro democrático está en sus manos.

En la investigación *La cultura política de los y las jóvenes en la Ciudad de México 2018*, se cuestiona la afirmación genérica sobre la relación indiferente de las y los jóvenes con la política, a través del análisis de las diferencias en las condiciones socioeconómicas, familiares, de oportunidades y experiencias de la juventud mexicana que vive en contextos urbanos. Sin embargo, hay coyunturas políticas, marcadas por una gran intensidad, en las que se logra romper las inercias que generan la aparente indiferencia.

Investigaciones previas<sup>2</sup> han demostrado la importancia del estudio de la cultura política de la población joven, que tiene un potencial de desarrollo con gran impacto en el porvenir de la democracia, en virtud de que, como ya se mencionó, el futuro está en sus manos, dado que seguirá votando y participando como ciudadanía mucho tiempo después de haber cumplido los 29 años.

## ¿Qué aporta este estudio?

El presente estudio aportará valiosos datos para lograr un diseño institucional acorde con los intereses y motivaciones del segmento joven de la población. A través del análisis de las variables que se pueden desprender del cuestionario, será posible construir un diagnóstico sobre la relación que guardan las y los jóvenes con el poder político, su interés en participar en el espacio público, los recursos de los que disponen gracias al uso de tecnologías de la comunicación, y, en especial, su relación con las instituciones electorales.

<sup>2</sup>Se puede ver: Silvia Gómez Tagle (coord.), *La cultura política de los jóvenes*, CDMX, Ciudad de México, El Colegio de México, 2017; Gaona Tejera, "Participación y cultura: la comparación entre jóvenes y adultos", en Silvia Gómez Tagle (coord.), *La cultura política de los jóvenes*, CDMX, Ciudad de México, El Colegio de México, 2017, pp. 25-95; y Lorenzo Córdova, Julia Flores, Omar Alejandre y Salvador Vázquez, *El déficit de la democracia en México. Encuesta nacional de cultura política*, Ciudad de México, UNAM, 2015.

## Antecedentes y objetivos

En 2012, se realizó el proyecto *Cultura política de los jóvenes en México*, que tenía como objetivo principal el levantamiento y el análisis de la *Encuesta nacional de cultura política de los jóvenes 2012* (ENCPJ2012), cuya finalidad fue explicar las peculiaridades de la cultura política en el segmento de población de entre 18 y 29 años. Ese proyecto contó con el apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), El Colegio de México (Colmex) y el Instituto Federal Electoral (IFE).

La investigación de 2012 ha dado importantes resultados académicos, entre los que se cuenta el libro *La cultura política de los jóvenes*, de El Colegio de México, y un micrositio, que se aloja en la página de esta institución, con toda la información de la encuesta: <http://www.culturapoliticajovenes.colmex.mx/reporte/>.

Para el estudio actual, se replicó la ENCPJ2012, con la finalidad de comparar los resultados de ambos procesos electorales. Para lograrlo, la nueva encuesta se realizó con la misma metodología, concentrada en la población joven de los mismos grupos de edad, en las mismas regiones y contextos políticos. Además, se estableció un contraste entre la cultura política de los y las jóvenes y la de la población adulta que vive en el mismo hogar, para conocer las afinidades y diferencias entre ambos grupos etarios (jóvenes de 18 a 29 años y personas adultas de 30 años y más).

Esta encuesta profundizó en la legitimidad que los y las jóvenes concedieron a las elecciones presidenciales de 2012 y la empatía que desarrollaron por los candidatos y las candidatas y los partidos políticos. Adicionalmente, se intentó medir la confianza que inspiraban las instituciones políticas, como las personas candidatas, los partidos, el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, entre otras. Estudios previos de la geografía electoral permitieron realizar un análisis del comportamiento del electorado, para identificar regiones del país donde existen núcleos duros de los partidos y aquellas en las que predomina la volatilidad en la identificación política de la ciudadanía.<sup>3</sup>

Un tema de especial interés en 2018 fue el relativo a las instituciones electorales, sobre todo si se considera que, respecto a 2012, media una reforma electoral de gran alcance, como fue la de 2014, realizada con la idea de articular al INE con los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE). Así, se hizo toda una batería de preguntas sobre la relación de los y las jóvenes con las instituciones electorales, que explora actitudes, el conocimiento de sus funciones y la disposición a participar como personas funcionarias de casillas y observadoras, entre otros aspectos que serían de gran utilidad para comparar la imagen que proyectaban estas instituciones hace nueve años.

<sup>3</sup>Silvia Gómez Tagle, *Lo que ven otros ojos: Las elecciones en México 1988-2009*, Ciudad de México, TEPJF, 2011, en <[https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos\\_libros/Lo%20que%20ven%20los%20ojos.%20Las%20elecciones%20en%20Me%CC%81xico%201988-2009.pdf](https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos_libros/Lo%20que%20ven%20los%20ojos.%20Las%20elecciones%20en%20Me%CC%81xico%201988-2009.pdf)>.

## La cultura política

Entendemos la cultura política como las nociones, los valores y las prácticas de la población en relación con el poder político, por esto, durante el proceso electoral de 2018, podemos afirmar que casi todo los mexicanos y las mexicanas tuvieron una experiencia real del ejercicio de sus capacidades como ciudadanía, en torno a una decisión tan importante como votar en una elección presidencial. Esta situación, que comparte casi la totalidad de los y las jóvenes, supone el posicionamiento de la ciudadanía en relación con múltiples aspectos de la vida política nacional, y permite formular preguntas sobre su experiencia real en ese momento, para tener algunos indicadores de su cultura política. Por esta razón, las encuestas se debían levantar en el periodo de mayo a junio de 2018.

La ENCPJ2012 mostró que las y los jóvenes padecen de incertidumbre respecto al futuro por diversas causas: les faltan oportunidades de empleo, están en una etapa de inestabilidad en la conformación del grupo familiar, tienen pocas oportunidades de acceder a una educación de alto nivel, padecen la violencia social, no tienen canales institucionales para comunicarse con la policía y otras autoridades, todo lo cual genera desafección respecto de los partidos y las instituciones de Gobierno.

Sin embargo, hay algunas personas jóvenes que manifiestan mayor inclinación por el cambio político, que tienen actitudes más críticas y planteamientos de exigencia ciudadana más claros, que hacen uso de nuevas tecnologías de la información con mayor eficacia que las adultas. En otros sectores predomina la percepción de abandono de parte de las autoridades y el distanciamiento respecto de la política, lo cual nos permite cuestionar la afirmación, aceptada en muchos ámbitos, de que en América Latina impera una desafección por la democracia.

Estas percepciones parecen tener fundamentos sólidos en la experiencia de vida de los y las jóvenes, ya que hay un verdadero déficit de políticas públicas destinadas a atender la condición de la población que se encuentra en tránsito de la adolescencia a la edad adulta. La información que se presentará en las páginas siguientes, de la *Encuesta nacional de cultura política de jóvenes 2018* (ENCPJ2018), aportará datos muy valiosos para entender la falta de conexión entre las instituciones de Gobierno, en particular el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), y la población joven que habita en la capital, para el diseño de políticas públicas.

## Intensidad política del momento 2018

Se entiende la intensidad política como un momento histórico caracterizado por condiciones que convocan a grandes sectores sociales a la acción; en caso de existir un liderazgo político popular —o populista—, tal predisposición a la acción colectiva puede desembocar en un gran movimiento. Consideramos que hay dos condiciones que pueden caracterizar este momento de intensidad política: la exasperación de grandes sectores de la población, incluyendo jóvenes —por una situación de crisis política de ausencia autoridad—, y una percepción muy extendida en la población de que hay una vía de acción

viable —en el caso de México, gracias al surgimiento de una opción política como ha sido en los últimos años el liderazgo de Andrés Manuel López Obrador al frente de Morena, que tenía posibilidades reales de éxito en el proceso electoral—.

El momento de la intensidad se da cuando se establecen vínculos entre el interés en la política y en los procesos electorales, cuando existen condiciones creíbles y motivantes para la participación, como las que se presentaron en 2018, cuando se conjugaron varios elementos favorables: por un lado, la crisis de un sistema de partidos que venía perdiendo prestigio y credibilidad en los últimos doce años; por otro, problemas graves en la situación del país, provocados por la combinación de inseguridad, ineficacia de las autoridades, corrupción visible y la impunidad que gozan los principales actores políticos; y, finalmente, la presencia de un liderazgo político capaz de articular un gran movimiento que ha merecido la confianza de amplios sectores de la población.

## Estrategia de investigación

Se realizó el estudio de la cultura política de las y los jóvenes en el contexto de las elecciones presidenciales y locales 2018, porque se parte de una noción antropológica de la cultura política. En la investigación, se implementaron estrategias que permitieron enriquecer el conocimiento sobre las prácticas de los y las jóvenes en una coyuntura electoral de gran importancia, al mismo tiempo que se mantuvieron algunos indicadores muy similares a los de la encuesta de 2012, a fin de tener referencias que permitan establecer la comparación entre las características del momento político y las percepciones, preferencias y expresiones afectivas o ideológicas de la juventud en dos momentos políticos singulares en la historia de nuestro país, y conocer muchos otros aspectos de la cultura política fundamentales para el ejercicio de la ciudadanía.

Sin embargo, en 2018 se incluyeron más temas, como el acceso a las nuevas redes sociales y el impacto de las tecnologías de la comunicación y la información, para analizar cómo se informó sobre la política la población joven y adulta, cuál es su relación con los medios de comunicación —como la prensa y la televisión—, y los recursos de los que disponen para comunicarse, con especial atención en el uso de medios electrónicos de carácter interactivo —como la Internet, las redes sociales o los teléfonos celulares—.

En el estudio de la Ciudad de México, además de la encuesta nacional, se contemplaron aspectos particulares relacionados con el proceso político local, con el fin de entender de qué forma se relaciona la ciudadanía con los actores políticos institucionales y no institucionales, particularmente los partidos políticos y los candidatos y las candidatas en el proceso electoral, así como otras instituciones de la sociedad civil.

Otro tema de gran interés fue la novedosa relación entre instituciones electorales locales y nacionales. La información que se ofrece en el presente informe permite conocer la relación entre las instituciones electorales locales y la percepción de la población, para explicar por qué y cómo participan los y las jóvenes y la población adulta en las elecciones como votantes, espectadores o actores de la política. Asimismo, se analizarán las experiencias y per-

cepciones de la ciudadanía respecto de las instituciones electorales encargadas de organizar y garantizar el desarrollo y la legalidad de los procesos electorales.

En general, podemos afirmar que los diversos temas desarrollados en este informe serán de gran utilidad a fin de identificar las estrategias para fortalecer una ciudadanía que se apropie de los medios para ejercer sus derechos, y generar situaciones o dinámicas socioculturales con incidencia de la ciudadanía en la discusión pública.

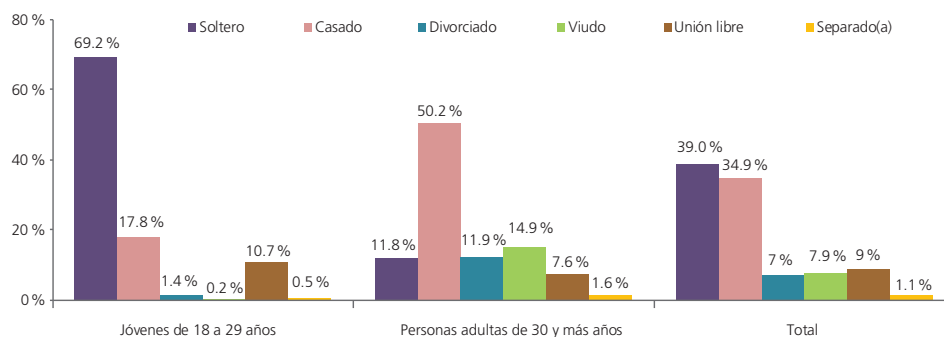
## Capítulo I.

# ¿Cómo son los y las jóvenes en la Ciudad de México? Perfil socioeconómico

A lo largo del informe se hará referencia a “los y las jóvenes” como el grupo de edad de 18 a 29 años, mientras que “las personas adultas” o “la población adulta” son quienes tienen 30 años o más. Como se anticipó en la introducción, la encuesta estuvo dirigida a la juventud de la Ciudad de México, para lo que se obtuvo una muestra estrictamente aleatoria y representativa de ese grupo etario, así como una “muestra contingente”, como testigo de control, de las personas adultas que compartían el hogar con jóvenes, y respecto a quienes se consideraron datos sobre su estado civil, número de hijos, ocupación, identidad étnica y religión. Esto supone que se excluyeron los hogares donde sólo vivían personas adultas, por lo que no se trata de una muestra representativa de ese sector de la población (ver apéndice con la descripción de la muestra).

En primer lugar, se recabaron datos demográficos básicos: edad, sexo, nivel socioeconómico (por las características de la vivienda), estado civil y familia (número de hijos e hijas).

Gráfica 1. Estado civil de las personas encuestadas



La mayor parte de las y los jóvenes son solteros (43.7 % hombres y 34.9 % mujeres). Respecto a las personas adultas, 42 % de los hombres y 28.3 % de las mujeres son casadas. Son más los y las jóvenes que viven en unión libre (10.8 %). Las personas adultas están, en general, casadas (50.2 %), y quienes han perdido por fallecimiento a su cónyuge representan 14.9 %.



La encuesta demuestra que la tendencia a formar una familia, en el sentido convencional de la palabra, es decir, casarse y tener descendencia, cada vez es menor. El 72.3 % de las y los jóvenes entrevistados no tiene descendencia, mientras que 15.6 % tiene un solo hijo o hija, y la tasa va disminuyendo en relación con el incremento en el número de descendientes. Caso contrario con las personas adultas, de quienes solamente 5.1 % expresó no tener hijos o hijas, y, para quienes sí tienen, la mayor frecuencia en número es dos (41.7 %), seguida de tres (21.9 %) y uno (21.5 %) por persona.

**Tabla 1. ¿Cuántos hijos tiene?**

	1	2	3	4	Más de 4	Ninguno	Promedio de hijos
Jóvenes de 18 a 29 años	15.6 %	9.3 %	1.8 %	0.3 %	0.2 %	72.3 %	1.6
Personas adultas de 30 y más años	21.5 %	41.7 %	21.9 %	7.3 %	2 %	5.1 %	2.3
<b>Total</b>	<b>18.7 %</b>	<b>26.4 %</b>	<b>12.4 %</b>	<b>4.0 %</b>	<b>1.1 %</b>	<b>36.9 %</b>	<b>2.1</b>

Respecto a la situación laboral, en la población joven el desempleo es más alto (3 %) que entre la adulta (1.2 %), sin embargo, los “ninis” (personas que ni estudian, ni trabajan) entre jóvenes constituyen 0.7 %, lo cual rompe con los estereotipos sociales en torno a la juventud, que por mucho tiempo había sido caracterizada como despreocupada, apática, desvitalizada e indolente. Este porcentaje, si se compara con la muestra de personas adultas, es muy similar: en ningún caso llega a 1 %, e inclusive entre las adultas es ligeramente superior. Es necesario tener en cuenta que la encuesta no estuvo enfocada en el tema de la ocupación, por lo que la información puede no tener la profundidad suficiente, sin embargo, estos datos sí dan una idea de que la cantidad de “ninis” tiene dimensiones muy inferiores a las que reconocen otros estudios.

Para llegar a estos números, se tomó la respuesta a la pregunta “¿Cuál es su ocupación principal?”. Como podría esperarse, la principal ocupación de los y las jóvenes es el estudio, y quienes trabajan lo hacen en negocios privados o por cuenta propia. El trabajo en las labores del hogar entre jóvenes ocupa 14 %.

No deja de llamar la atención el hecho de que los y las jóvenes tienen mayor acceso a trabajar en el Gobierno (10.1 %) que las personas adultas (4.5 %). Entre estas últimas, la mayoría trabaja por cuenta propia (34.4 %), la segunda actividad más destacada es laborar en una empresa o en un negocio privado (20.3 %), y las mujeres tienen los porcentajes más altos en el trabajo en el hogar para todos los grupos de edad.<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Datos mencionados como “Otras” en la *Encuesta sobre cultura política de los jóvenes mexicanos 2018* (módulo individual).

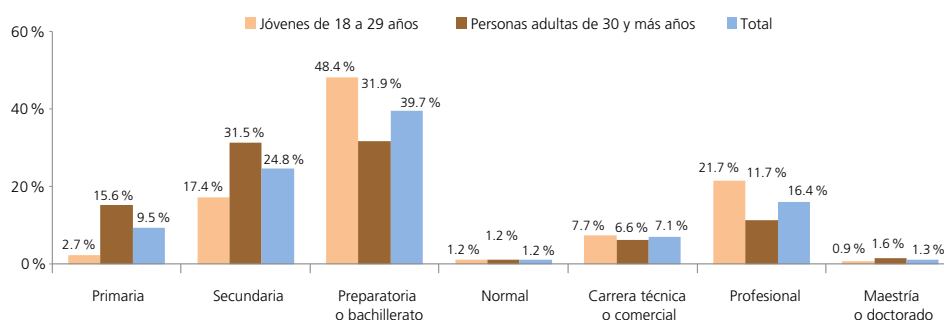
Tabla 2. ¿Cuál es su ocupación principal?

	Trabaja en el Gobierno	Trabaja en empresa o negocio privado	Profesionista independiente	Trabaja por cuenta propia	Estudiante	Se dedica a labores de su propio hogar	Ni estudia ni trabaja	En desempleo	Jubilación o con pensión
Jóvenes de 18 a 29 años	10.1 %	21.1 %	3.3 %	17.3 %	30.3 %	14 %	0.7 %	3 %	0 %
Personas adultas de 30 y más años	4.5 %	20.3 %	3.6 %	34.4 %	1.7 %	24.6 %	0.9 %	1.2 %	8.7 %
Total	7.2 %	20.7 %	3.5 %	26.3 %	15.3 %	19.6 %	0.8 %	2 %	4.6 %

La escolaridad es una variable importante cuando se trata de aspectos relacionados con la *Encuesta sobre cultura política de los jóvenes en la Ciudad de México 2018*, porque tiene que ver en gran medida con el acceso a la información en general, y en particular con las tecnologías de la información y la comunicación. Respecto del último grado aprobado por las personas entrevistadas, se observa que sólo 2.7 % se quedó con la primaria, 17.4 % terminó la secundaria, y la mayor parte (48.4 %) de las y los jóvenes alcanzó la educación media superior. De quienes tienen educación media superior, 7.7 % cursó una carrera técnica y 21.7 % una profesional.

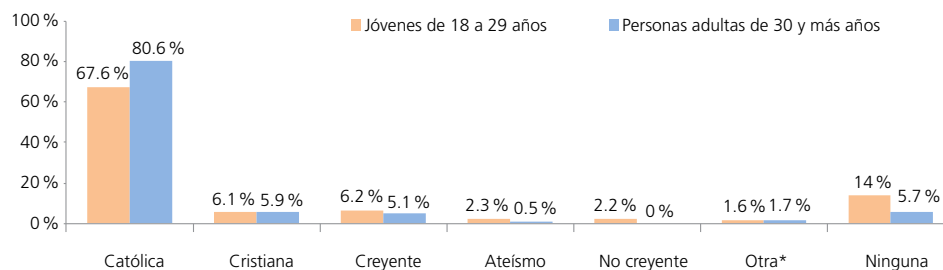
Lo contrario ocurre con la población adulta, puesto que apenas 11.7 % tuvo educación profesional, solamente 6.6 % tiene una carrera técnica, más de 30 % llegó sólo a secundaria y 16 % obtuvo como grado más alto la primaria. Sin embargo, hay una similitud entre ambos grupos, puesto que el nivel escolar promedio es la preparatoria o el bachillerato. Tomando en cuenta que la muestra de personas adultas corresponde a quienes viven con jóvenes, estos datos son reveladores de un incremento importante en el nivel educativo de la población de la Ciudad de México en los últimos doce o quince años.

Gráfica 2. ¿Cuál fue el último año que aprobó en la escuela?



La mayoría de las personas encuestadas, tanto jóvenes (67.6 %) como adultas (80.6 %), son católicas, seguidas por las cristianas y por las que se identifican como creyentes sin especificar religión o doctrina. Son pocas las personas ateas, no creyentes o que no cuentan con alguna otra religión. Se puede percibir que México sigue siendo un país altamente religioso.

Gráfica 3. ¿Cuál es su religión?



\* Incluye las religiones anglicana, bautista, luz del mundo, testigos de Jehová y budista.

En la capital del país, la mayor parte de la población (96.2 %) no se considera parte de algún grupo o etnia indígena. Sería interesante analizar este fenómeno en los espacios geográficos rurales.

Tabla 3. ¿Se considera parte de algún grupo o etnia indígena?

	Otra identidad		
	Indígena	étnica	No
Jóvenes de 18 a 29 años	2.1 %	0.2 %	95.6 %
Personas adultas de 30 y más años	1.5 %	0.9 %	96.7 %
<b>Total</b>	<b>1.8 %</b>	<b>0.6 %</b>	<b>96.2 %</b>

## Capítulo II.

# Acceso a medios de información y uso de las tecnologías de la información y la comunicación

Tanto jóvenes como personas adultas, cuando se les pregunto qué dispositivos usan para acceder a la comunicación, expresaron su preferencia por el teléfono móvil (96.4 % y 72.3 % respectivamente), aunque la diferencia sigue siendo importante a favor del celular entre jóvenes, quienes también navegan por Internet y acceden a medios de comunicación a través de otros aparatos electrónicos, como la computadora portátil (38.1 %), la computadora de escritorio (33.9 %) y la tableta electrónica (21.7 %). En el caso de las personas adultas, el uso de dispositivos electrónicos disminuye a la mitad del porcentaje en relación con el de las y los jóvenes.

Tabla 4. ¿A través de qué dispositivos navega en redes sociales?  
Informantes que sí navegan en redes sociales

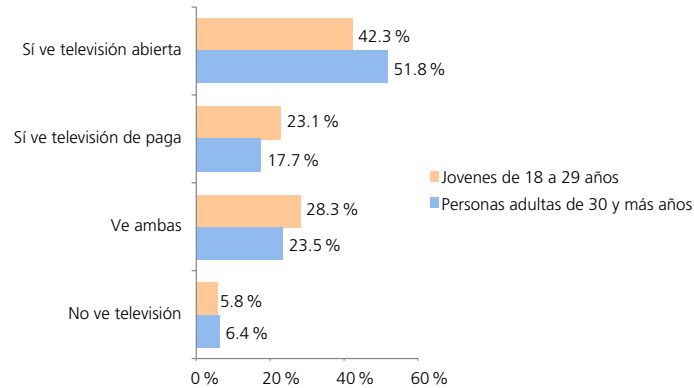
	Jóvenes de 18 a 29 años	Personas adultas de 30 y más años
Teléfono móvil (celular)	96.4 %	72.3 %
Computadora de escritorio	33.9 %	15.5 %
Laptop o computadora portátil	38.1 %	14.2 %
Tableta	21.7 %	6.8 %
Smart tv	11.9 %	7.3 %
Consola de videojuegos	7.4 %	4.5 %

Éste es uno de los datos más interesantes de la información proporcionada por la encuesta en relación con la magnitud de los cambios en el espacio público por el uso de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC). Estas nuevas tecnologías no han venido a desplazar totalmente a la televisión, que sigue siendo el medio de más amplio espectro social y político, de entretenimiento y de información (solamente 5.8 % de las y los jóvenes encuestados, y 6.4 % de las personas adultas no ve televisión), pero sí han permitido intensificar la comunicación y cambiar el sentido de la transmisión-recepción de la información en la medida en que el público se ha convertido en un actor participante.

En el campo de la televisión, los canales de paga han ganado un espacio importante. El 28.3 % de las personas adultas encuestadas ve televisión abierta y de paga, mientras que

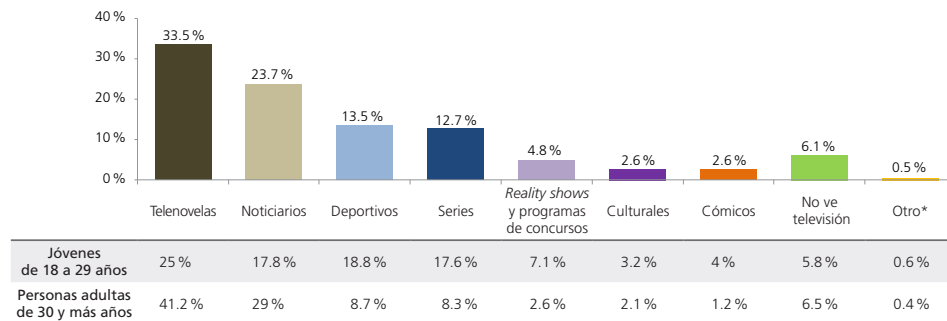
los y las jóvenes sintonizan dichas señales en menor medida (23.5 %). El 42.3 % de jóvenes y 51 % de la población adulta prefieren la televisión abierta. Si se compara con la transmisión de paga, se puede observar que las y los jóvenes son más proclives a mirar la TV por cable (23.1 %) que las personas adultas, quienes la utilizan en menor medida (17.7 %).

Gráfica 4. ¿Suele ver televisión abierta o de paga?



El tipo de programación más buscado entre las y los jóvenes son las telenovelas (25 %), los programas deportivos (18.8 %), los noticieros (17.8 %) y las series televisivas (17.6 %); mientras que la población adulta prefiere, en primer lugar, las telenovelas (41.2 %), seguidas de los noticieros (29 %), los programas deportivos (8.7 %) y las series (8.3 %). Esto demuestra que los gustos televisivos entre ambas categorías son similares y que las telenovelas siguen siendo los programas más populares para toda la población, aunque, en segundo lugar, los y las jóvenes prefieren los programas deportivos antes que los noticieros.

Gráfica 5. ¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión (abierta o de paga)?



\* Incluye análisis político, películas y caricaturas.

Respecto a los programas de televisión, hay diferencias muy importantes entre hombres y mujeres. Si se cuenta la población joven y adulta, sólo 12 % de los hombres ve telenovelas, contra 69 % de las mujeres, mientras que a la inversa ocurre con los programas deportivos: 58 % de los hombres los prefieren, mientras que solamente 4 % de las mujeres afirmó que le interesan. A pesar de esas diferencias tan notables, tratándose de la in-

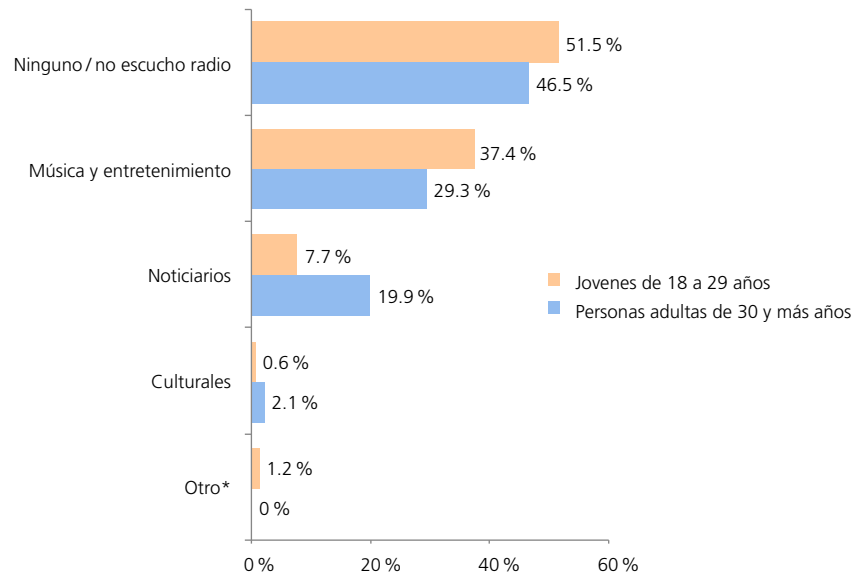
formación en noticiarios, las diferencias de sexo son menores: 58 % de hombres y 46 % de mujeres los consumen. Este dato resulta revelador de la complejidad de los procesos de comunicación y del interés o empatía de la ciudadanía para informarse durante un año con la intensidad política que tuvo 2018.

Tabla 5. Programas que más acostumbra ver

Sexo	Telenovelas	Noticiarios	Deportivos
Masculino	11.8 %	56.7 %	57.4 %
Femenino	68.7 %	46.1 %	4.2 %

Por su lado, la radio, tanto transmitiendo noticias como música u otro tipo de programas, ha perdido audiencia: 51.5 % de jóvenes y 46.5 % de personas adultas expresaron no escucharla. Las personas que acceden a ella la utilizan como entretenimiento, para escuchar música (37.4 % entre jóvenes, 29.3 % entre gente adulta). Solamente 7.7 % de los jóvenes la sintonizan para escuchar noticiarios; en contraparte, son más las personas adultas que la oyen para informarse y no para entretenimiento: 19.9 %. Muy probablemente, el uso del teléfono inteligente haya desplazado a este medio de información.

Gráfica 6. ¿Qué tipo de programación acostumbra a escuchar en la radio?



El periódico ha corrido una suerte similar a la de la radio: la mayoría de los y las jóvenes (77.3 %) y las personas adultas (66.2 %) no acostumbra a leerlo. Sin embargo, las personas, tanto adultas como jóvenes que sí acceden a él, lo utilizan, en su mayoría, para informarse sobre el mundo deportivo.

Tabla 6. ¿Qué secciones acostumbra leer en el periódico?

	Jóvenes de 18 a 29 años	Personas adultas de 30 y más años	Total
Ninguna/No consulto el periódico	77.3 %	66.2 %	71.5 %
Deportes	11.2 %	11.5 %	11.4 %
Nota roja/Policiaca	1 %	4.7 %	3 %
Cultura	2 %	3.6 %	2.8 %
Economía y finanzas	2 %	2.8 %	2.4 %
Espectáculos	2.3 %	1.6 %	1.9 %
Otro*	3.1 %	7.8 %	5.5 %

\* Incluye las secciones de anuncios clasificados, política, primera plana, opinión, sociedad e internacional.

Ante la pregunta “¿Sabe usar la computadora y navegar en Internet?”, el promedio de quienes dijeron que sí fue de 78.5 %. Pero, como existe una notable diferencia entre jóvenes y personas adultas, vale la pena mencionarla: entre el primer grupo, 94 % hace uso de la computadora, mientras sólo lo hace 64.6 % del segundo.<sup>5</sup>

Pensando en Internet, se preguntó a ese 78.5 % sobre el uso que dio a este recurso, así como de diversas plataformas de redes sociales que no necesariamente son sólo de Internet, durante el periodo de la campaña electoral. Se encontró que la red social más utilizada por los y las jóvenes es Facebook (94 %), seguida de WhatsApp (92.7 %) y el correo electrónico (89.7 %); mientras que las redes que menos utilizan son LinkedIn (7.2 %) y Netflix (33.7 %). La población adulta, por su parte, señaló a WhatsApp como la red social que utiliza con mayor frecuencia (63.3 %), seguida del correo electrónico (52.1 %) y Facebook (50.2 %). Las redes que menos utiliza son LinkedIn (2.8 %), Twitter (9.2 %) e Instagram (10.8 %).

Tabla 7. Pensando en el uso de Internet...

	Jóvenes de 18 a 29 años	Personas adultas de 30 y más años
¿Tiene correo electrónico?	89.7 %	52.1 %
¿Tiene cuenta en Facebook?	94 %	50.2 %
¿Tiene cuenta en Twitter?	39.4 %	9.2 %
¿Tiene cuenta en Instagram?	50.9 %	10.8 %
¿Tiene cuenta en YouTube?	61.6 %	19.4 %
¿Tiene cuenta en LinkedIn?	7.2 %	2.8 %
¿Tiene Netflix?	33.7 %	17 %
¿Usa WhatsApp?	92.7 %	63.3 %

<sup>5</sup>Datos mencionados como “Otras” en la *Encuesta sobre cultura política de los jóvenes mexicanos 2018* (módulo individual).

## Capítulo III.

# La participación política, las redes sociales

A la pregunta “En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?”, 7.4 % de las personas entrevistadas respondió que le interesa mucho, en contraste con 50.6 % que dijo que le interesa poco y 41.1 % que no le interesa nada. Los y las jóvenes no tienen interés en la política “en abstracto”, aun cuando más adelante se verá que, al confrontarse con experiencias de la vida real, el interés por la política resulta más alto.

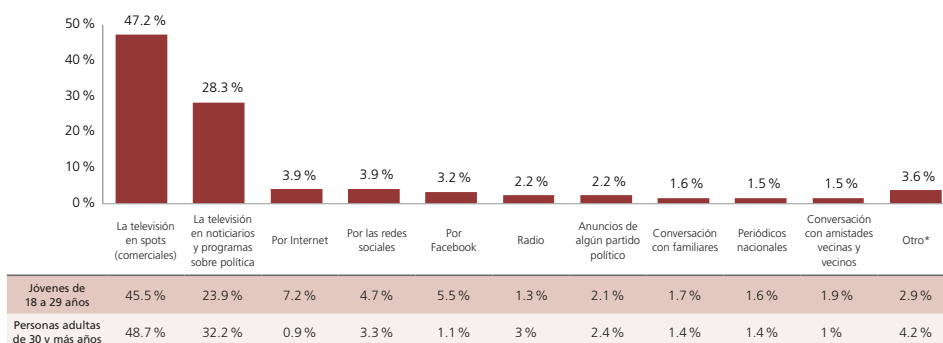
Entre la población adulta, 12.5 % manifestó interesarse mucho en la política, 58 % se interesa poco y 27 % no se interesa nada. Por lo tanto, se puede asumir que tiene un mayor interés en general por asuntos relacionados con la vida pública que los y las jóvenes. Sin embargo, como se verá a continuación, estas respuestas contrastan con el interés que indirectamente mostraron las personas adultas tanto como jóvenes de la Ciudad de México cuando la pregunta se formula en relación con una experiencia cotidiana, como ocurre al referirse a la campaña electoral de 2018 y los candidatos y las candidatas.<sup>6</sup>

En su mayoría, la población joven y adulta indicó que el medio a través del cual se enteró sobre la campaña presidencial de 2018 fue la televisión, ya sea en *spots* o comerciales (45.5 % de las y los jóvenes, 48.7 % de la gente adulta), seguidos de noticiarios y programas sobre política (32.2 % de la audiencia adulta y 23.9 % de la joven). Los medios que menos utilizaron las y los jóvenes fueron la radio (1.3 %) y los periódicos nacionales (1.6 %), mientras que las personas adultas indicaron que la Internet (0.9 %) y la conversación con amistades y personas vecinas (1.0 %).

<sup>6</sup>Datos mencionados como “Otras” en la *Encuesta sobre cultura política de los jóvenes mexicanos 2018* (módulo individual).



Gráfica 7. ¿A través de qué medio se ha enterado de lo que pasa en esta campaña presidencial 2018?

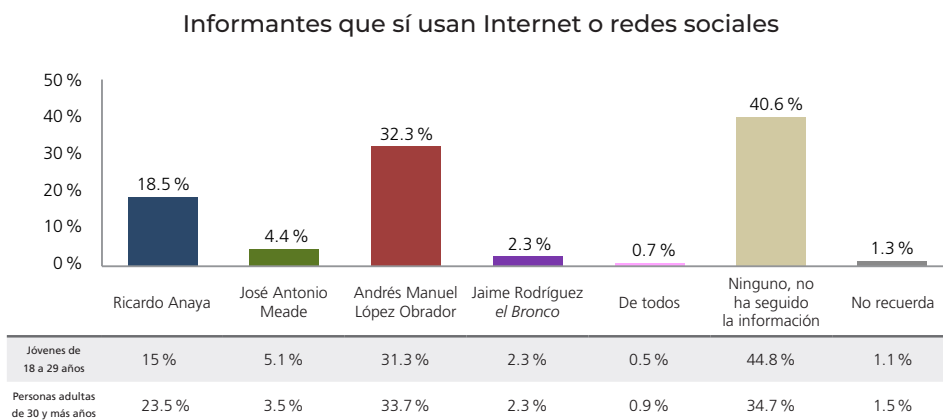


\* Incluye revistas, periódicos locales, conversaciones con personas compañeras de trabajo, uso de WhatsApp y el perifoneo en la calle.

Al personalizar la pregunta para identificar el interés particular que despertó cada candidatura, las respuestas muestran diferencias importantes. Así, en junio de 2018 se le preguntó a la población joven y adulta que usa Internet “En esta campaña electoral, ¿de qué candidato ha seguido la información a través de redes sociales, del Internet, o WhatsApp?”. La mayoría indicó no haber seguido la información de ninguna persona candidata a través de redes sociales, de Internet o WhatsApp (40.6 %). En cambio, al personalizar la pregunta sobre el interés en la política, 31.3 % de las y los jóvenes y 33.7 % de las personas adultas mencionaron seguir, en primer lugar, la información de Andrés Manuel López Obrador, y en segundo lugar (15 % de los y las jóvenes, 23.5 % de gente adulta), información relacionada con el candidato Ricardo Anaya.

Respecto a la pregunta de si usan Internet, el porcentaje de ciudadanía que respondió que sí fue 94 % entre jóvenes y 64.6 % entre personas adultas. Aun así, a la pregunta “¿A través de qué medio se ha enterado de lo que pasa en esta campaña presidencial 2018?”, casi la mitad de la población manifestó que la televisión fue el medio por el cual se informó de lo sucedido a pesar de tener Internet.

Gráfica 8. En esta campaña electoral, ¿de qué candidato ha seguido la información a través de redes sociales, del Internet o WhatsApp)?



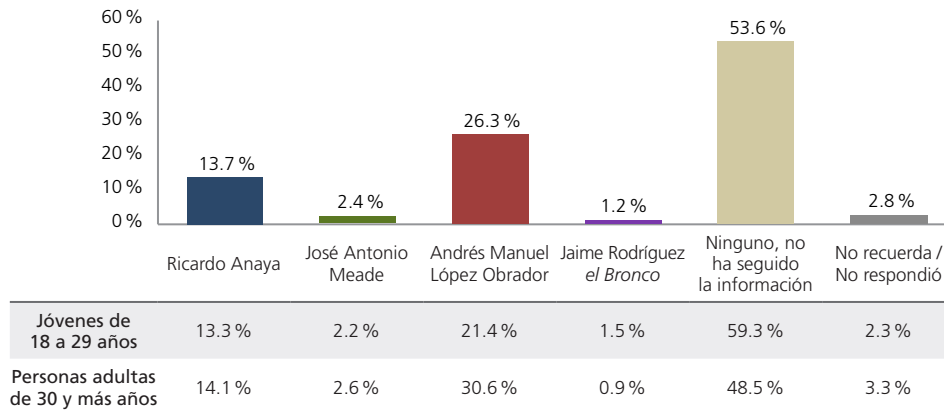
Resulta relevante saber cómo se conecta con la política ese 6 % de jóvenes y 33.3 % de gente adulta que no usa Internet: 59.3% de la población joven que respondió que no usa las redes mencionó que no siguió la información de ningún candidato, 21.4 % mencionó haber seguido al candidato Andrés Manuel López Obrador, mientras que sólo 13.3 % indicó haber seguido información sobre el candidato Ricardo Anaya.

Por su parte, 48.5 % de la gente adulta que no accede a Internet indicó no haber seguido la información de ningún candidato, 30.6% dijo haber seguido la información del Andrés Manuel López Obrador, y sólo 14.1 % indicó haber seguido contenido relacionado con Ricardo Anaya.

Los candidatos que menos personas seguidoras jóvenes o adultas tuvieron fueron, en primer lugar, Jaime Rodríguez *el Bronco*, con apenas 1.2 %, seguido de José Antonio Meade, con 2.4 %.

**Gráfica 9. Si no usa Internet ni redes sociales o WhatsApp, ¿de qué candidato ha seguido la información?**

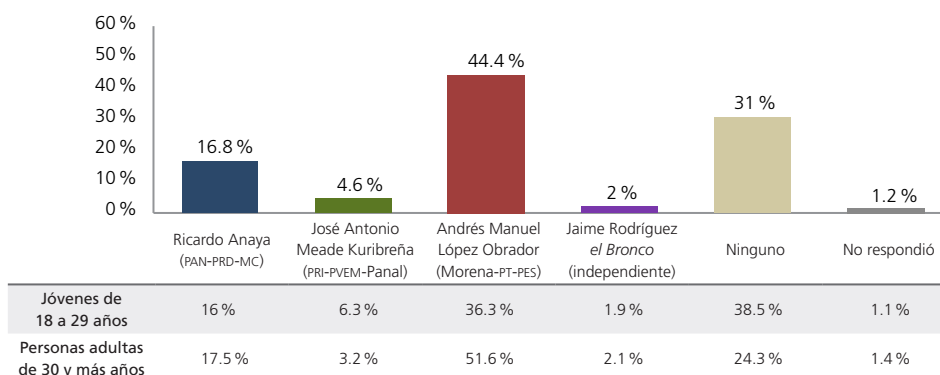
**Informantes que no usan Internet o redes sociales**



Ante la pregunta “¿Cuál es el candidato con el que más se ha identificado durante la campaña?”, en primer lugar, la población en general (44.4 %) indicó identificarse con Andrés Manuel López Obrador (Morena-PT-PES). Por segmento de edad, las personas adultas fueron quienes más se identifican con él, 51.6 %, cantidad que para los y las jóvenes fue de 36.3 %. En segundo lugar, la población respondió no identificarse con algún candidato (38.5% de jóvenes, 24.3 % de personas adultas). En tercer lugar, se identificaron con el candidato Ricardo Anaya Cortés (PAN-PRD-MC), con 16.8 % del total de jóvenes y personas adultas. Por último, el candidato con quien menos se identificaron ambos segmentos fue Jaime Rodríguez *el Bronco* (independiente), con 2 %.

En general, se puede afirmar que destacan dos características de las y los jóvenes: por un lado, su mayor conectividad, y por el otro, son quienes menos siguen candidaturas en general.

Gráfica 10. ¿Cuál es el candidato con el que más se ha identificado durante la campaña?



La credibilidad de los medios o de los interlocutores políticos es otro tema de gran importancia, y respecto al cual se recabaron opiniones muy encontradas. En este sentido, la pregunta formulada fue “Cuando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza...?”. Los y las jóvenes contestaron que la familia es quien les da más confianza (66.1 %), seguida de las amistades o personas compañeras de trabajo o escuela (50.5 %) y la televisión y noticias (40 %). Asimismo, la población adulta mencionó que la familia es el lugar que más confianza les da (70 %), seguida de la televisión y noticias (59.2 %) y amistades o personas compañeras de trabajo o de escuela (50.5 %).

Tal información es relevante, puesto que anteriormente se encontró que el más popular entre los medios consultados o donde se recibe información fue la televisión, y que entre éstos no estuvo la familia, a pesar de que es quien más confianza genera. También es contrastante que las redes sociales, que son el medio más usado para la interacción, en política generan desconfianza en todos los grupos de edad. En este rubro, los y las jóvenes contestaron que los medios que principalmente les causan desconfianza son LinkedIn (82.2 %), seguido de Instagram (78.1 %) y Twitter (75.7 %). Entre las personas adultas se encuentra Instagram en primer lugar (73.3 %), seguido de Twitter (73.2 %) y los mensajes recibidos por correo electrónico (70.6 %).

Tabla 8. Cuando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza...?

	Le da más confianza			No le da confianza		
	Jóvenes de 18 a 29 años	Personas adultas de 30 y más años	Total	Jóvenes de 18 a 29 años	Personas adultas de 30 y más años	Total
Televisión, noticias	40 %	59.2 %	50.1 %	56.5 %	37.8 %	46.7 %
Televisión, programas de opinión	36.6 %	53.7 %	45.6 %	58.6 %	43.3 %	50.5 %
Radio, noticias	29.2 %	42.1 %	36 %	64 %	52.6 %	58 %
Radio, programas de opinión	24.8 %	35.2 %	30.3 %	67.6 %	58.5 %	62.8 %
Internet (correos recibidos)	27.4 %	16.3 %	21.5 %	68.5 %	70.6 %	69.6 %
Páginas web que se pueden consultar	29.6 %	16.9 %	22.9 %	64.3 %	65.8 %	65.1 %
Facebook	38.7 %	22.4 %	30.1 %	57.1 %	62.9 %	60.2 %
Twitter	14.6 %	6.3 %	10.2 %	75.7 %	73.2 %	74.4 %
Instagram	12.5 %	4.9 %	8.5 %	78.1 %	73.3 %	75.6 %
YouTube	25.4 %	10.4 %	17.5 %	68.6 %	69.5 %	69.1 %
LinkedIn	5.7 %	5.3 %	5.5 %	82.2 %	68.2 %	74.8 %
WhatsApp	21.1 %	20 %	20.5 %	73 %	64.9 %	68.7 %
Amistades, personas compañeras de trabajo o escuela	50.5 %	50.4 %	50.5 %	45.3 %	43.2 %	44.2 %
Familia	66.1 %	70.1 %	68.2 %	29.4 %	27.8 %	28.5 %

## Capítulo IV.

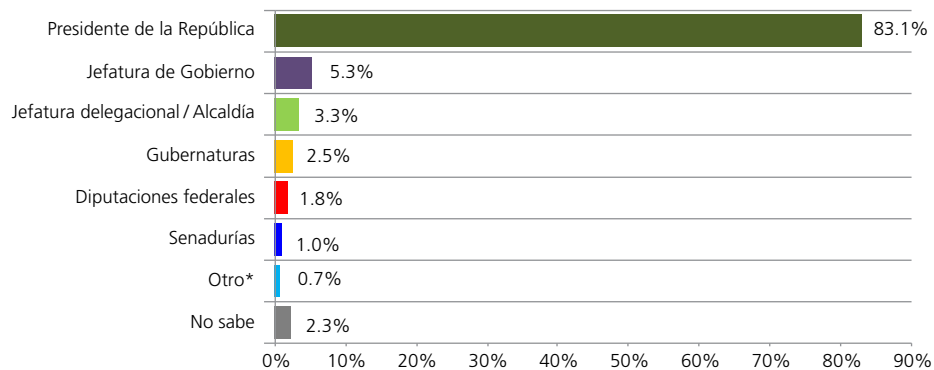
# La ciudadanía y la política electoral. Conocimiento de la política nacional

Uno de los aspectos que se consideran fundamentales en los modelos de democracia representativa es el conocimiento —no solamente entendido como un conjunto organizado de información general, sino como un saber específico— sobre el poder político y sus actores, así como su vivencia más práctica que teórica. En esta sección se incluyen preguntas sobre esos asuntos de la vida cotidiana que directamente se relacionan con las elecciones de 2018.

La mayor parte de la ciudadanía de la Ciudad de México, tanto joven como adulta, sabía que en las elecciones del 1° de julio se elegiría al presidente de la república mexicana (83 %). Esto deja a 17 % de la población con derecho al voto sin información sobre un proceso electoral que recibió mucha atención en los medios y en la opinión pública, lo cual no deja de ser preocupante. Pero lo verdaderamente grave es que sólo un grupo muy pequeño sabía que también se iba a elegir, respecto a su ciudad, titular de la Jefatura de Gobierno (5.3 %) y titulares de las alcaldías (3.3 %), así como gubernaturas en otras entidades (2.5 %) y senadurías (1 %). Llama la atención que nadie mencionó las diputaciones.

Así, 4.5 % de los y las jóvenes expresó no conocer ninguna de las candidaturas que se elegirían, mientras que, en el caso de las personas adultas, fue 0.4 %. Por lo tanto, se puede afirmar que, en general, las personas mayores están más informadas que las jóvenes sobre los procesos electorales que se llevan a cabo en el país.

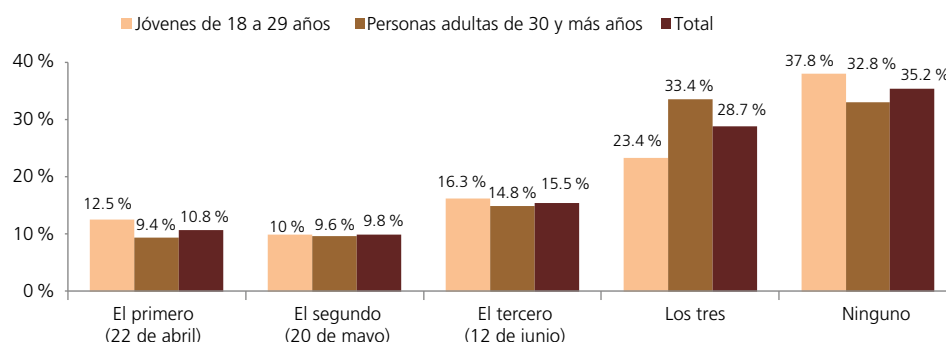
Gráfica 11. En las elecciones del 1 de julio del presente año, ¿qué puestos se van a elegir?



En otro sentido, los debates oficiales, organizados por el Instituto Nacional Electoral o los Organismos Públicos Locales Electorales, fueron una de las actividades de campaña en las que participaron todas las personas candidatas en el mismo momento, en los mismos medios, con tiempos iguales y, por lo tanto, con la misma oportunidad de ser reconocidas y evaluadas por la ciudadanía. Los debates son una oportunidad para valorar varias cosas: primero, qué tanto interés despertaron las personas candidatas entre la población; segundo, cómo fueron evaluadas por quienes las vieron; y, tercero, cómo afectó su imagen en la opinión pública, incluso entre las personas que no los vieron. Así, hubo debates organizados para los candidatos a la Presidencia y, en el caso de la capital, para las personas candidatas a la Jefatura de Gobierno.

En la encuesta se registró información que permite valorar quiénes vieron los debates. Fueron más las personas jóvenes (37.8 %) y adultas (32.8 %) que no vieron los debates para la Presidencia de la República, en comparación con quienes sí lo hicieron. El 23.4 % de las y los jóvenes sintonizó los tres debates, 16 % observó únicamente el tercero, 12.5 % vio el primero, y 10 % sintonizó el segundo. En el caso de las personas adultas, 33.4 % vio los tres debates, 14.8 % sintonizó únicamente el tercero y 9.6 % el segundo, lo que demuestra que la juventud no parece haber prestado demasiada atención a dichos eventos.

**Gráfica 12. ¿Cuáles de los debates entre candidatos a la Presidencia de la República ha visto?**



Independientemente de si la ciudadanía vio o no los debates, se investigó si el espacio en el que se discutieron o compartieron opiniones sobre el desempeño de las personas candidatas fue privado o público, lo que supuso preguntar con quiénes comentaron lo sucedido, es decir, con quiénes se enteraron de, reprodujeron o socializaron la información.

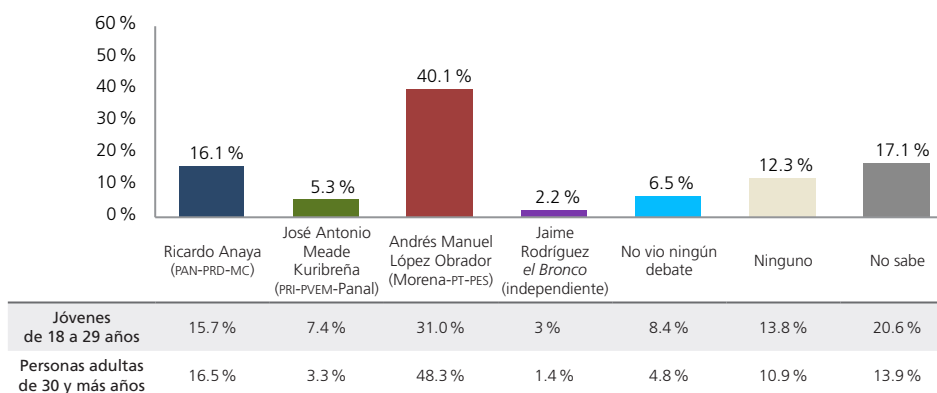
En el caso de la población joven, para 42 % el círculo de debate político principal fue el familiar, lo siguen las amistades, con 19.4 %, y las personas compañeras de trabajo, con 3.7 %. Para la población adulta, la situación es similar: su principal fuente de intercambio de información fue la familia, que representó 57.1 %; le siguieron las amistades y personas del trabajo, con 13 % y 5 % respectivamente. Llama la atención la gran diferencia entre la familia como centro de información y debate de la política (50 %) y los otros posibles grupos de discusión, como amistades y personas del trabajo. Se puede afirmar que la discusión política entre jóvenes y gente adulta es limitada más allá del entorno familiar.

Tabla 9. Independientemente de si vio o no los debates de los candidatos a la Presidencia, ¿con quiénes ha comentado acerca de lo que sucedió en algunos debates?

	Familiares	Amistades	Personas compañeras de trabajo	Nadie	No lo vio	Otro
Jóvenes de 18 a 29 años	42.1 %	19.4 %	3.7 %	12.9 %	16.1 %	4.6 %
Personas adultas de 30 y más años	57.1 %	13 %	5.2 %	6.9 %	16.3 %	0.9 %
Total	50 %	16 %	4.5 %	9.7 %	16.2 %	2.6 %

Aun sin ver los debates, la ciudadanía expresó cuál candidato fue mejor a su parecer: para los y las jóvenes, el ganador fue Andrés Manuel López Obrador (31 %), seguido por Ricardo Anaya (15.7 %) y José Antonio Meade (7.4 %). En el caso de las personas adultas, la situación fue similar: López Obrador en primer lugar (48 %), Anaya en segundo (16 %) y Meade en tercero (3 %). Sin embargo, entre jóvenes, quienes no dieron su opinión (o sea, que no vieron el debate, consideran que no hay ganador o respondieron “no sé”) suman más de 40 %.

Gráfica 13. Aunque no haya visto alguno de los debates, ¿cuál de los candidatos cree que fue el mejor?



Por otra parte, en la tabla 10 se analizan las razones por las que las personas entrevistadas consideran que el candidato de su preferencia fue el de mejor desempeño. En ella, por columna, aparecen desglosados los criterios que mencionaron para sustentar sus opiniones. No hay que perder de vista que sólo poco más de la mitad de las personas de los dos grupos de edad analizados vieron el debate, por lo que el otro 50 % ni lo vio ni tenía opinión al respecto.

La información encontrada denota que la calidad de las propuestas de los candidatos es el criterio más importante para definir su preferencia, seguida de la capacidad de argumentación.

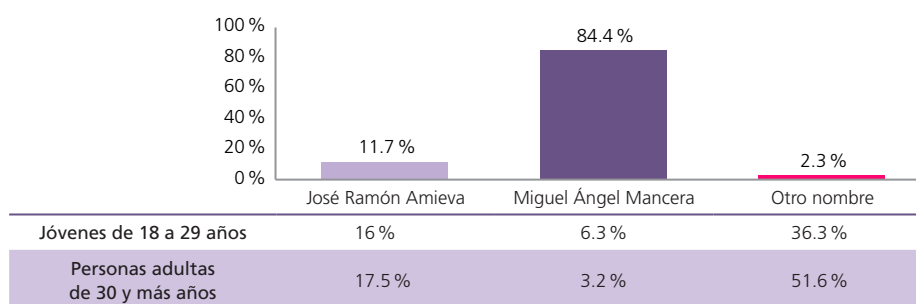
Tabla 10. Aunque no haya visto alguno de los debates, ¿cuál de los candidatos cree que fue el mejor?

		Ricardo Anaya Cortés (PAN-PRD-MC)	José Antonio Meade Kuribreña (PRI-PVEM-Panal)	Andrés Manuel López Obrador (Morena-PT-PES)	Jaime Rodríguez el Bronco (independiente)
Argumenta mejor	Jóvenes de 18 a 29 años	56.6 %	29 %	25.4 %	33.7 %
	Personas adultas de 30 y más años	46 %	32.4 %	20.5 %	26.7 %
Discute mejor	Jóvenes de 18 a 29 años	14.3 %	5.7 %	11.4 %	---
	Personas adultas de 30 y más años	13.9 %	15.7 %	10.5 %	35.6 %
Tiene mejores propuestas	Jóvenes de 18 a 29 años	24.8 %	54.5 %	39.6 %	19.7 %
	Personas adultas de 30 y más años	29.2 %	37 %	52.4 %	---
Se defiende mejor	Jóvenes de 18 a 29 años	2.7 %	2.4 %	15.7 %	8.2 %
	Personas adultas de 30 y más años	5.5 %	14.8 %	5.1 %	---
No ataca/No pelea/No discute	Jóvenes de 18 a 29 años	---	---	3.2 %	---
	Personas adultas de 30 y más años	5.5 %	---	5.1 %	---

Para que una elección cobre sentido, la población votante potencial necesita tener un mínimo de información sobre el tema de la contienda electoral y de la política, de modo que pueda construir su preferencia con fundamento en referentes sólidos. Por eso se consideró que un tema fundamental en la elección de 2018 debía ser el conocimiento de los personajes que han ocupado los cargos que estarían en la boleta electoral, había que indagar si esta población conoce el nombre de quienes han ocupado esos cargos, cuando menos en el último periodo. Así, respecto a la pregunta “¿Sabe quién ha sido jefe de Gobierno de la Ciudad de México?”, 77.2 % de la población adulta contestó que sí, mientras que entre jóvenes fue 68.2 %.

En este asunto, los y las jóvenes manifestaron mayor ignorancia o desinterés en relación con las personas adultas: mientras que 51.6 % de la población adulta contestó que el nombre del jefe de Gobierno de la Ciudad de México era Miguel Ángel Mancera, sólo 36.3 % de las y los jóvenes contestaron acertadamente.




Gráfica 14. Jóvenes y personas adultas que saben cómo se llama el jefe de Gobierno de la Ciudad de México





Ante la pregunta “¿Sabe qué partido político gobierna la Ciudad de México?”, la mayoría de las personas adultas contestaron que sí, así como 63.4% de las y los jóvenes. De tal modo, entre las y los jóvenes que aseguraron saber qué partido gobierna la Ciudad de México, 76.9% dijo que el PRD, 21.9% que el PRI, y tan sólo 0.3% mencionó al PAN. De la población adulta, 79.5% contestó que el partido gobernante era el PRD, 18.9% que el PRI, y 1.7% mencionó al PAN.

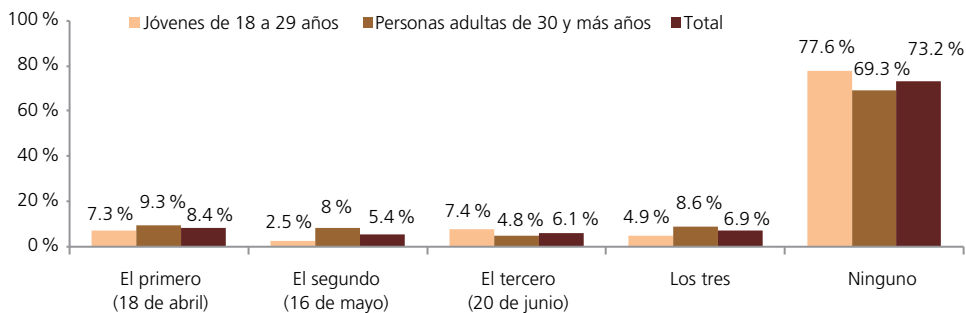
Tabla 11. ¿Sabe qué partido político gobierna la Ciudad de México?

			
Jóvenes de 18 a 29 años	0.3%	21.9%	76.9%
Personas adultas de 30 y más años	1.7%	18.9%	79.5%
Total	1.1%	20.2%	78.3%

Respecto a la elección local, son reveladoras las cifras de audiencia de los debates entre personas candidatas al Gobierno de la Ciudad. A la pregunta “¿Cuáles de los debates entre candidatos a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México ha visto?”, la mayoría de la población joven mencionó no haber visto ninguno (77.6%), mientras que apenas 7.4% indicó haber visto el tercer debate (del 20 de junio), 7.3% vio el primero (del 18 de abril) y sólo 2.5% el segundo (del 16 de mayo).

El 69.3% de las personas adultas mencionó no haber visto ningún debate, mientras que apenas 8.6% contestó que vio los tres debates, 9.3% afirmó haber visto el primero, y el tercero fue el que menos audiencia tuvo, con 4.8%.

Gráfica 15. ¿Cuáles de los debates entre personas candidatas a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México ha visto?



También se les preguntó que, “Independientemente de si vio o no los debates, ¿con quiénes ha comentado acerca de lo que sucedió en los debates?”. El 43.2% de los y las jóvenes mencionó que no vio los debates, 21.2% mencionó no haber comentado con alguien acerca de los sucesos, y 18.6% los comentó con familiares. Tan sólo 7.3% los comentó con amistades, 2.8% en otros círculos, y 1.8% con personas compañeras de trabajo.

Las personas adultas, por su parte, indicaron, en su mayoría, que no vieron los debates (44.5%). Sin embargo, 30% comentó con familiares acerca de los eventos ocurridos

en ellos, mientras que 13.7 % no los comentó con nadie. Sólo 4.8 % expresó hablar relativamente poco con sus amistades acerca del tema, 2.8 % prefirió hacerlo con quienes trabajan, y 1.8 % lo comentó en otros círculos.

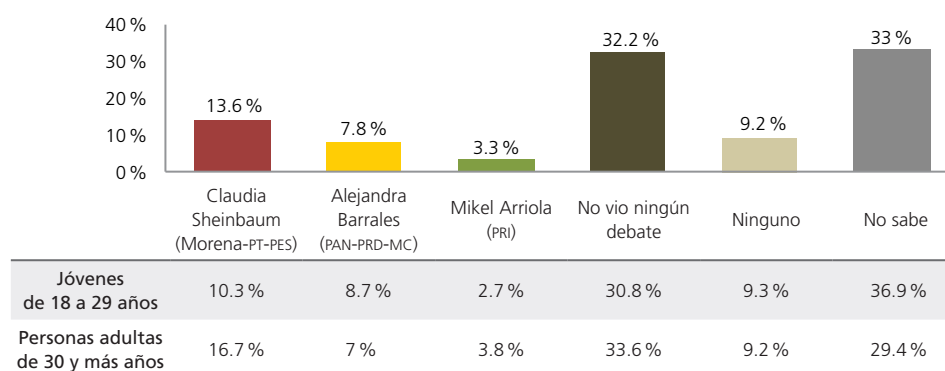
**Tabla 12. Independientemente de si vio o no los debates, ¿con quiénes ha comentado acerca de lo que sucedió en los debates?**

	Familiares	Amistades	Personas compañeras de trabajo	Nadie	No lo vio	Otro
Jóvenes de 18 a 29 años	18.6 %	7.3 %	1.8 %	21.2 %	43.2 %	2.8 %
Personas adultas de 30 y más años	30 %	4.8 %	2.8 %	13.7 %	44.5 %	1.8 %
Total	24.6 %	6 %	2.3 %	17.2 %	43.9 %	2.2 %

A pesar de la escasa audiencia, los debates sirvieron para crear un clima de opinión. A la pregunta “¿Cuál fue el candidato que estuvo mejor en los debates?”, 36.9 % de la población joven mencionó no tener opinión o no saber, 30.8 % expresó no haber visto ningún debate, y sólo 10.3 % mencionó que Claudia Sheinbaum fue la candidata que mejor se desempeñó en los debates, seguida de Alejandra Barrales, con 8.7 %, mientras que Mikel Arriola apenas alcanzó 2.7 %. Cabe señalar que 9.3 % expresó que ninguna persona candidata estuvo bien en sus presentaciones.

Por su parte, las personas adultas que no vieron ningún debate representan un grupo similar al de las jóvenes (33.6 %), y 29.4 % no sabe quién estuvo mejor en dichas presentaciones. Claudia Sheinbaum fue la que concitó más opiniones positivas, con 16.7 %, seguida de Alejandra Barrales, con 7 %, y el más bajo fue Mikel Arriola, con 3.8 %. Casi al igual que entre jóvenes, 9.2 % mencionaron que ninguna persona candidata tuvo una buena presentación.

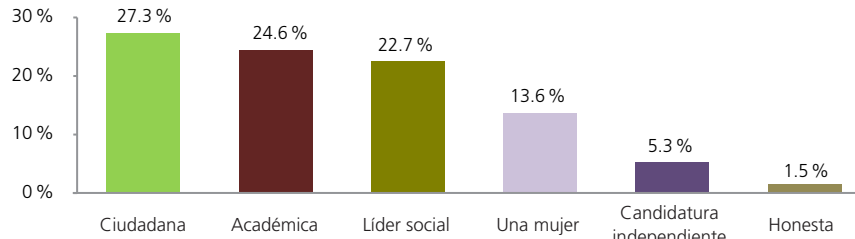
**Gráfica 16. ¿Cuál fue la persona candidata que estuvo mejor en los debates?**



Respecto a la identificación partidaria con candidatos y candidatas, programas o ideologías, en primer lugar, las personas jóvenes, al igual que las adultas, prefieren candidaturas ciudadanas. Sin embargo, la segunda opción entre jóvenes es la de personas académicas antes que líderes sociales, al contrario que entre adultas, quienes prefieren líderes sociales antes que personajes académicos.

Las candidaturas independientes no despiertan mayor confianza, puesto que en ambos casos ocuparon 5 % de la muestra. Por otra parte, únicamente 0.8 % de personas jóvenes señaló que le gustaría candidaturas de personas honestas. ¿Esto demuestra que la honestidad no es un factor que se tome en cuenta a la hora de elegir? O podría ser que es difícil identificar la honestidad en medio de un clima tan generalizado de corrupción.

Gráfica 17. ¿Qué tipo de persona candidata prefiere usted?



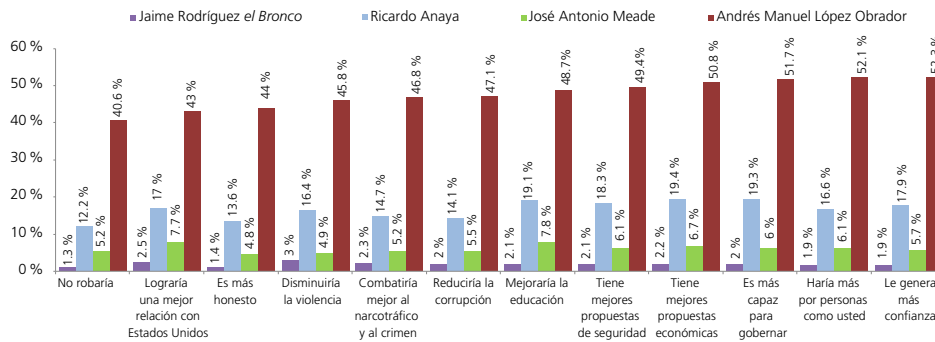
	Ciudadana	Académica	Líder social	Una mujer	Candidatura independiente	Honesta
Jóvenes de 18 a 29 años	28.3 %	27.6 %	21.4 %	12.2 %	5.4 %	0.8 %
Personas adultas de 30 y más años	26.5 %	21.8 %	23.9 %	15 %	5.3 %	2.2 %

NOTA: Suma 100 % agregando otras categorías menores a 1 %, por ejemplo: "Una persona preparada/con experiencia", "Alguien que vea por el pueblo", "Ninguno" y "No sabe".

Cuando la ciudadanía se coloca frente a una situación real inmediata, como la elección presidencial celebrada entre 10 o 20 días después de la entrevista, define de forma diferente sus preferencias, con criterios más claros y respuestas contundentes. Así, cuando se preguntó a las personas encuestadas acerca de lo que sabían o habían escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, la mayoría respondió de forma positiva hacia la figura de López Obrador: 40 % expresó que él no robaría; 43 %, que llevaría una mejor relación con EEUU; 44 %, que era el más honesto; 45 %, que ayudaría a disminuir la violencia; 46 %, que combatiría mejor el narcotráfico; 47 %, que reduciría la corrupción; 48 %, que mejoraría la educación; 49 %, que tenía mejores propuestas de seguridad; 49 %, que tenía las mejores propuestas económicas; 52 % consideraba que era más capaz para gobernar; 52 % pensaba que haría más por la ciudadanía; y 52 % mencionó que era el candidato que más confianza les generaba.

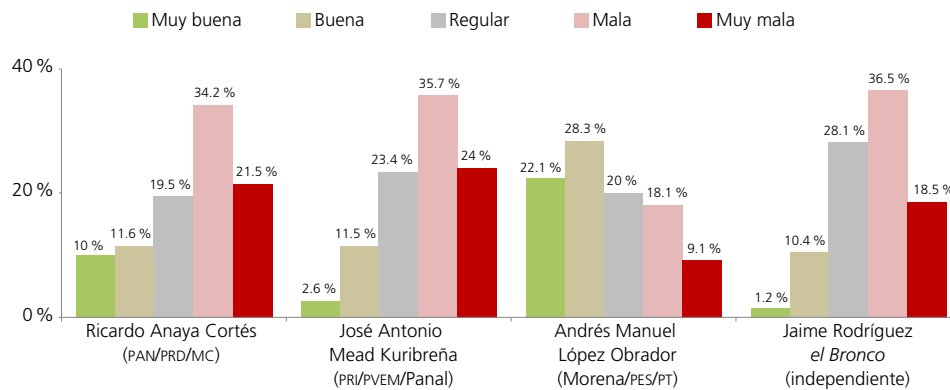
Ricardo Anaya se colocó en el segundo lugar de expectativas positivas, pero con una aprobación muy inferior, que no excedía 20 % en ningún caso. Respecto a José Antonio Meade, los dos aspectos mejor valorados fueron la perspectiva de su buena relación con EEUU y la mejoría de la educación. Por otra parte, el candidato que tuvo menos respuestas positivas fue Jaime Rodríguez *el Bronco*.

Gráfica 18. De lo que usted sabe o ha escuchado de los candidatos a la Presidencia de la República, ¿quién cree usted que...?



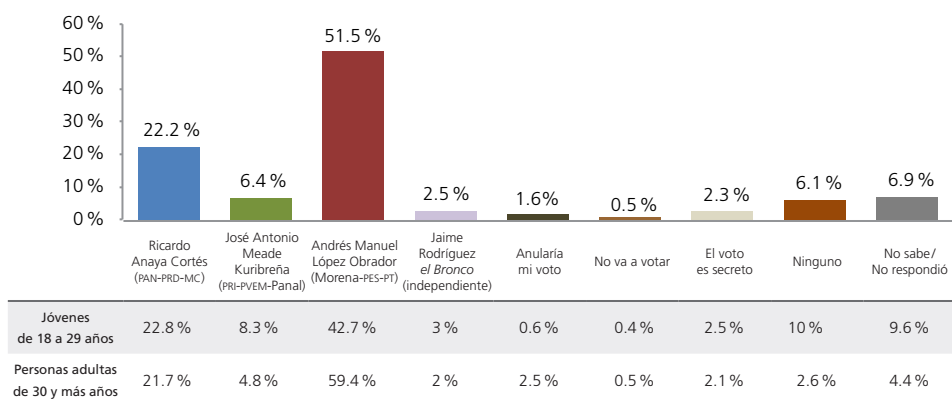
Así, López Obrador recibió en general menos opiniones negativas y muchas más positivas; Meade tuvo el porcentaje más alto en opiniones negativas (24 %); mientras que Anaya y el Bronco le siguieron de cerca.

Gráfica 19. ¿Qué opinión tiene de los candidatos a la Presidencia?



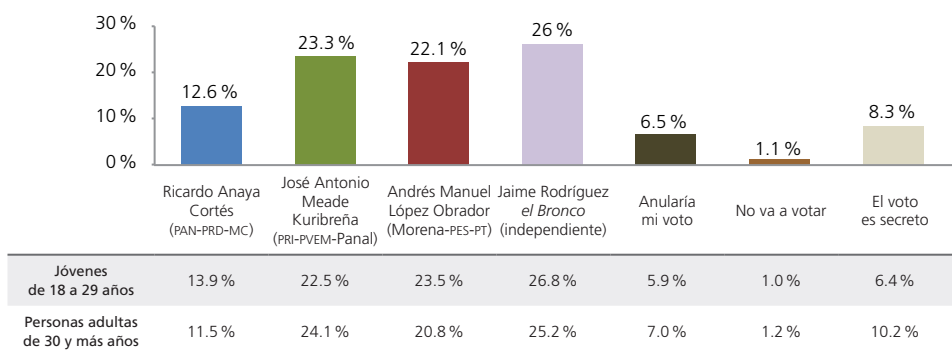
En cuanto a preferencia de votación, 42.7 % del segmento joven y 59.4 % del adulto expresó que votaría como primera opción por Andrés Manuel; luego, por Ricardo Anaya, 22.8 % y 21.7 % respectivamente; y, finalmente, por Meade, 8.3 % entre jóvenes y 4.8 % entre gente adulta. La intención de anular el voto fue de 2.5 % entre la población adulta, mientras que para la joven fue del 0.6 %, es decir que se muestra más dispuesta a participar en los procesos electorales. Es interesante esta respuesta, porque, de las preguntas anteriores, se puede incidir que las personas adultas tienen mayor conocimiento político que las jóvenes.

Gráfica 20. De los cuatro candidatos a la Presidencia, ¿por quién votaría como primera opción?



El 27%<sup>7</sup> de los y las jóvenes, y 25 % de las personas adultas, expresaron que votarían en primer lugar como segunda opción por *el Bronco*; en segundo lugar, 24 % de las y los jóvenes pusieron a López Obrador, mientras que entre personas adultas fue Meade, también con 24 %. Finalmente, el tercer lugar como segunda opción le corresponde a Anaya, con 14 % entre jóvenes y 12 % entre gente adulta.

Gráfica 21. De los cuatro candidatos a la Presidencia, ¿por quién votaría como segunda opción?

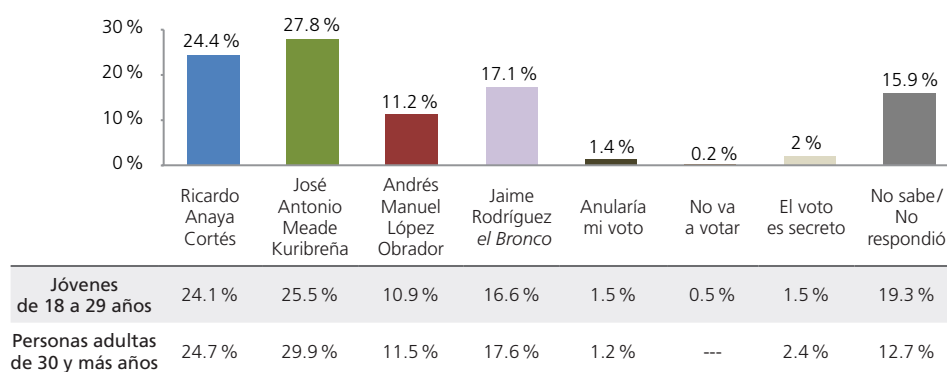


Para las perspectivas de éxito de una candidatura, las opiniones negativas son muy importantes, porque demuestran un rechazo en sí mismo y no sólo como consecuencia de la preferencia por otra persona, por eso fue importante formular la pregunta "¿Por quién nunca votaría?". Así, 25.5%<sup>8</sup> de los y las jóvenes expresó que nunca votaría por Meade, seguido por Anaya, con 24.1 %, *el Bronco*, con 16.6 % y López Obrador, con 11 %. La relación es similar en el caso de la población adulta: 29.9 % no votaría por Meade, 24.7 % no lo haría por Anaya, 17.6 % por *el Bronco*, y 11.5 % por López Obrador.

<sup>7</sup> Los porcentajes se redondearon a unidades.

<sup>8</sup> Los porcentajes se conservaron con decimales.

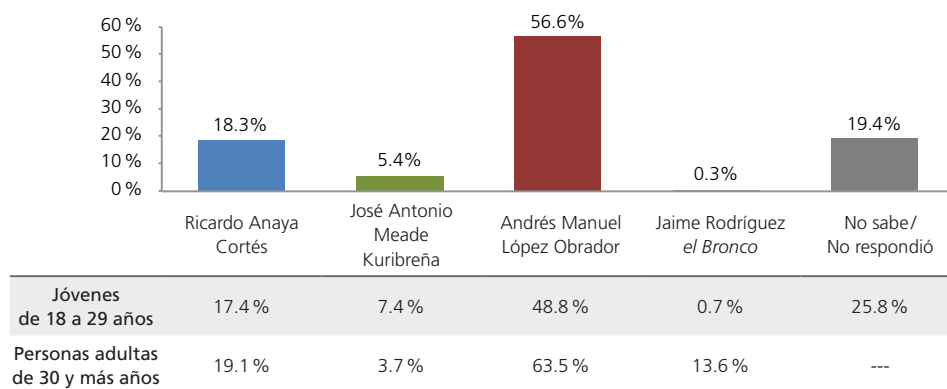
Gráfica 22. ¿Por qué candidato a la Presidencia nunca votaría?



También se les preguntó quién creían que ganaría la elección: 48.8 % de los y las jóvenes, y 63.5 % de las personas adultas, opinaron que la elección será ganada por López Obrador, seguido por Anaya, con 17.4 % y 19 % respectivamente, y Meade, con 5.4 % en la suma de ambos rangos de edad.

Puede existir una distancia entre la candidatura que prefiere la ciudadanía y la que piensa que puede ganar, en virtud de la imagen de opacidad que ha prevalecido en las elecciones mexicanas, a pesar de que han transcurrido muchos años desde que se reformó el sistema electoral y de que los institutos electorales ganaron autonomía. Por eso, es importante explorar la diferencia entre la candidatura preferida por las personas votantes potenciales y la que piensan que tendrá oportunidad de ganar la elección. En este caso, la preferencia coincidió con el pronóstico: Andrés Manuel tuvo 48.8 % de expectativas de victoria entre jóvenes y 63.5 % entre personas adultas.

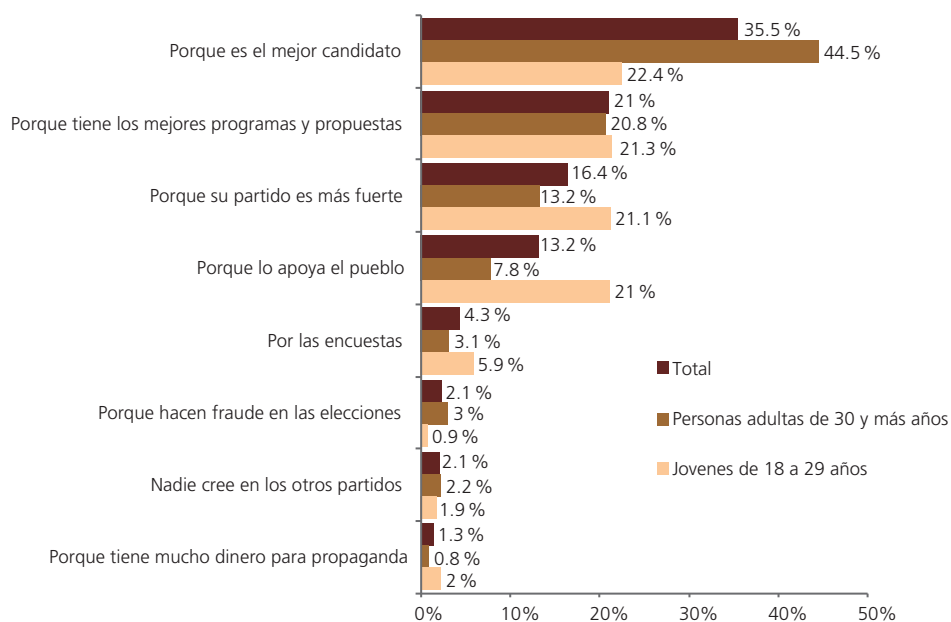
Gráfica 23. ¿Y quién cree que gane la elección para presidente?



Posteriormente, cuando se les preguntó a las personas encuestadas por qué creían que ganaría Andrés Manuel, la mayoría respondió lo siguiente.

### Gráfica 24. ¿Por qué cree que ganará la elección Andrés Manuel López Obrador?

Base de informantes que creen que ganará (56.6%)



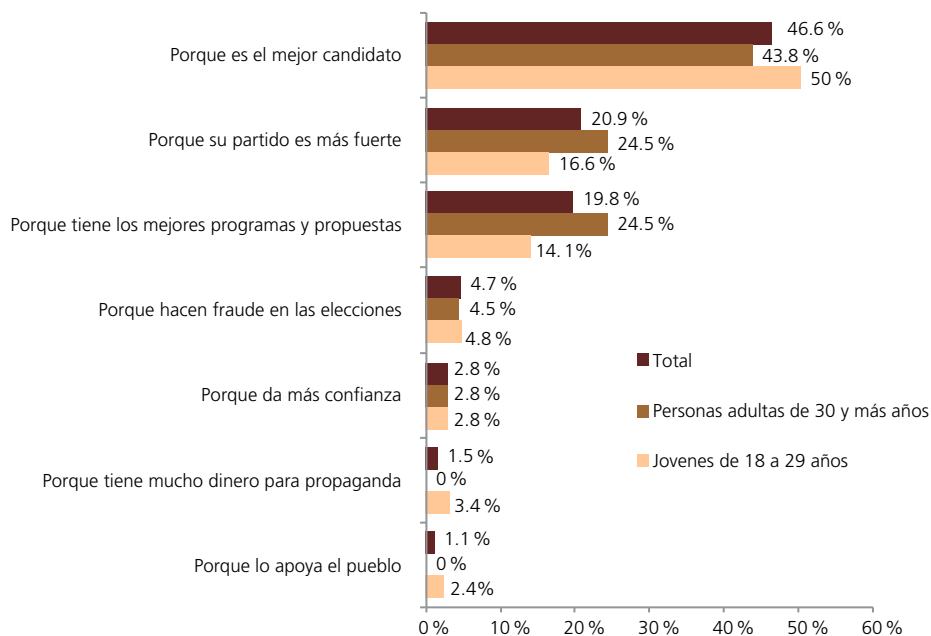
NOTA: Suma 100 % agregando otras categorías menores a 1 %, por ejemplo: "Porque cuenta con el apoyo de las televisoras", "Porque da más confianza", "No es corrupto", "Me imagino que ganará/ya lo ha intentado mucho" y "No respondió".

Así, 56 % de todas las personas entrevistadas tenía confianza en que él podría ganar (esto es muy importante si se compara con 2012), y muchas coincidieron en que sería porque tenía las mejores propuestas, porque era el mejor candidato (sobre todo entre personas adultas), y porque tenía el respaldo del pueblo y de un partido fuerte (respuesta común entre jóvenes).

Cuando se le hizo la misma pregunta a quienes simpatizaban con Anaya, la mayoría respondió que porque era el mejor candidato (50 % de jóvenes, 44 % de personas adultas), porque su partido era fuerte (16 % de jóvenes, 24 % de personas adultas) y porque tenía los mejores programas (14 % de jóvenes, 24 % de personas adultas).

Gráfica 25. ¿Por qué cree que ganará la elección Ricardo Anaya Cortés?

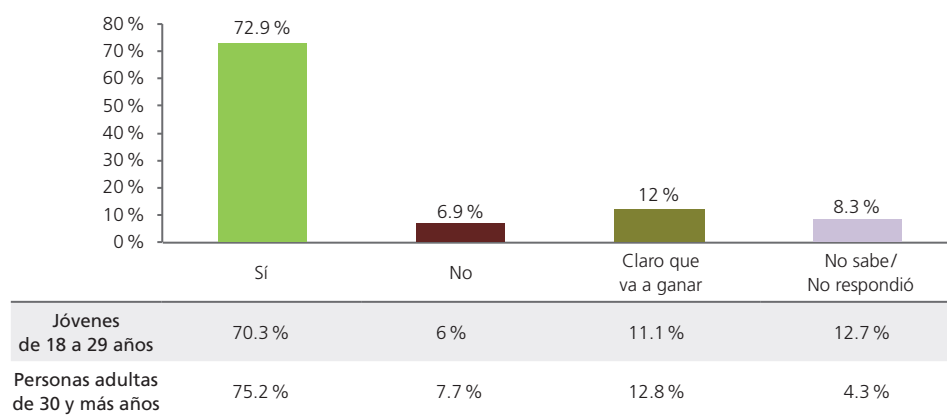
Base de informantes que creen que ganará (18.3 %)



NOTA: Suma 100 % agregando otras categorías menores a 1 %, por ejemplo: "Porque cuenta con el apoyo de las televisoras", "Por las encuestas", "Ganará por el apoyo de los narcos/carteles/crimen organizado", y "No respondió".

En ambos casos, de simpatizantes de López y de Anaya, pero también de otro candidato, la lealtad se expresó cuando las personas entrevistadas afirmaron que votarían por él aun sabiendo que no ganaría: 70 % de las jóvenes,<sup>9</sup> 75 % de las adultas.

Gráfica 26. ¿Votaría por el candidato que más le gusta (o que prefiere) aun sabiendo que no va a ganar?



En el mundo de hoy, la identificación política se personaliza, de tal suerte que la gente vota más por la persona candidata que por el partido. De hecho, los partidos sufren de

<sup>9</sup>Porcentajes redondeados a unidades.

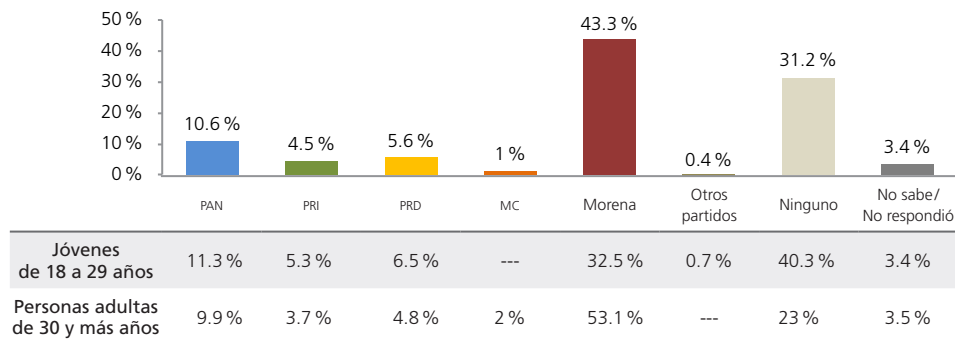


un desprestigio considerable en muchos países, incluido México. Así, aunque es normal que 40.3 % de las personas jóvenes no se identifique con ningún partido político, lo que sorprende es que 32.5 % se identifique con Morena, que apenas cuenta con tres años de haber sido fundado, situación que contrasta con la opinión que se tiene de los partidos que, desde hace treinta años, como el Partido de la Revolución Democrática (PRD), han representado “la izquierda”.

También llama la atención la pérdida de simpatizantes jóvenes del partido más antiguo de la derecha, el Partido Acción Nacional (PAN), que sólo cuenta con 11.3 % de reconocimiento. Pero lo más sorprendente es la caída drástica de simpatías hacia el Partido Revolucionario Institucional (PRI), que, aunque en la capital había perdido territorio desde hace muchos años, ahora sólo cuenta con 5.3 % de identificación entre las personas menores de 29 años.

Las filiaciones de las personas adultas siguen el mismo patrón, aunque es más fuerte aún su identificación con Morena, la cual llega hasta 53 %, seguida por la de 23 % de quienes no se identifican con ningún partido, 9.9 % que lo hacen con el PAN, 4.8 % con el PRD y sólo 4 % con el PRI. Así, las personas jóvenes no muestran una identificación partidista menos activa que las adultas.

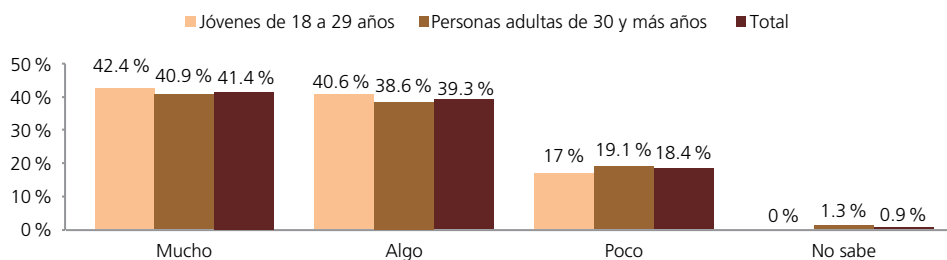
**Gráfica 27. ¿Con cuál de los partidos políticos se identifica más?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, MC, Panal, PES, Vía Radical y candidaturas independientes) y la opción “No voy a votar”.

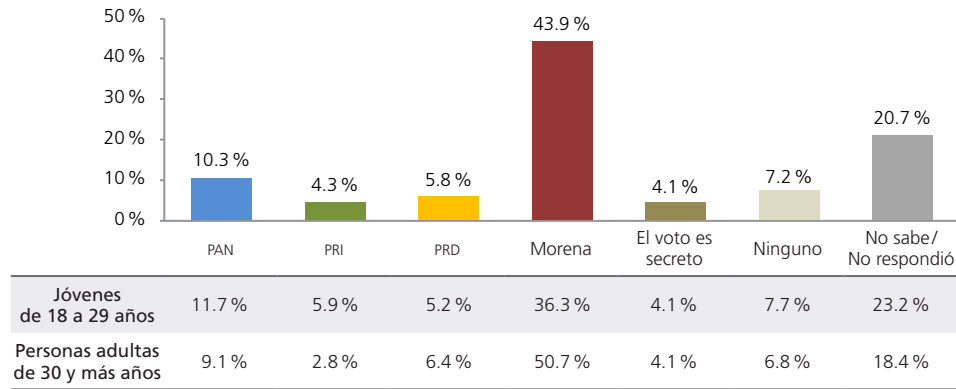
También es importante observar la intensidad de la simpatía con el partido preferido, que, en el caso de Morena, se intenta apreciar con las respuestas a la pregunta “¿Qué tanto se identifica con el partido Morena?”.

**Gráfica 28. ¿Qué tanto se identifica con el partido Morena?**



La mayoría de las personas jóvenes (36.3 %) y adultas (50.7 %) expresaron que votarían por las candidaturas a diputaciones federales de Morena, le sigue el PAN, con 11.7 % y 9 %, el PRD, con 5.2 % y 6.4 %, y el PRI, con 5.9 % y 2.8 % respectivamente.

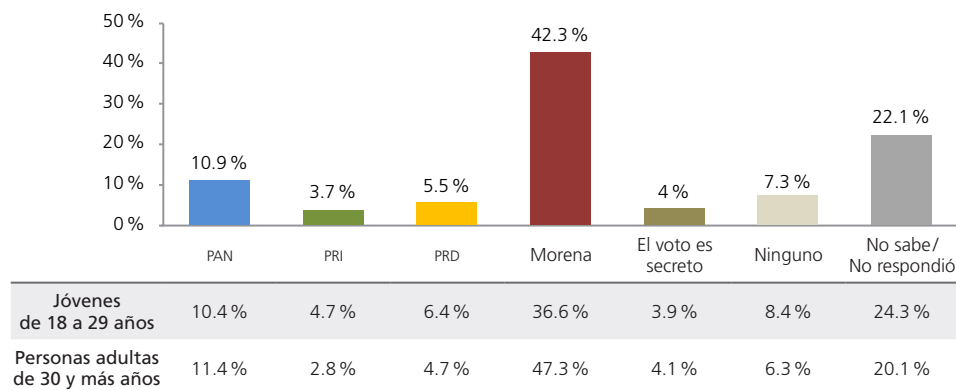
**Gráfica 29. ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para diputaciones federales?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, Panal, PES, Vía Radical y candidaturas independientes) y la opción "No voy a votar".

La empatía que ha demostrado la ciudadanía en las preguntas anteriores, en relación con los partidos, se reitera al explorar la preferencia por una persona candidata específica, pero mencionando su partido, no su nombre. La mayoría de las y los jóvenes (36.6 %) y las personas adultas (47.3 %) expresaron que votarían por senadurías de Morena, seguidas por las del PAN (10.4 % y 11.4 %), del PRD (6.4 % y 4.7 %) y del PRI (4.7 % y 2.8 %).

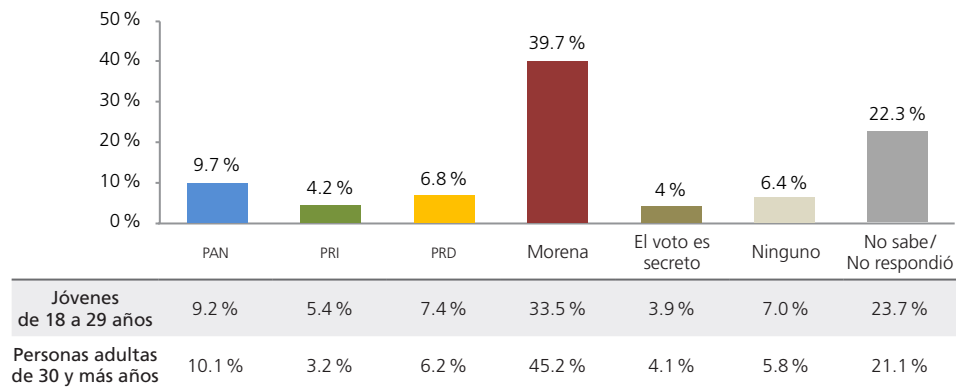
**Gráfica 30. ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para el Senado?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, MC, Panal, PES, Vía Radical, candidaturas independientes) y la opción "No voy a votar".

La preferencia por los partidos se extiende a las personas candidatas a la Jefatura de Gobierno de la capital. La mayoría de las personas jóvenes (33.5 %) y adultas (45.2 %) expresaron que votarían por la candidatura de Morena, seguida por la del PAN (9.2 % y 10 %), la del PRD (7.4 % y 6.2 %) y la del PRI (5.4 % y 3.2 %).

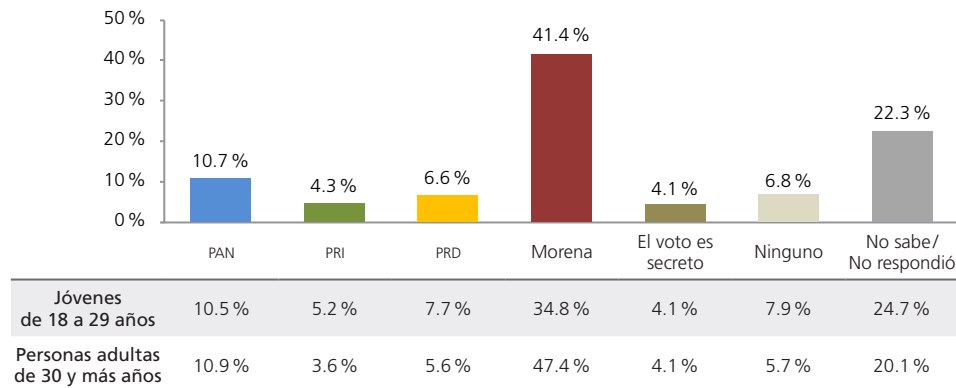
**Gráfica 31. ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para gubernatura?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, MC, Panal, PES, Vía Radical y candidaturas independientes) y la opción "No voy a votar".

La mayoría de las personas jóvenes (34.8 %) y adultas (47.4 %) expresaron que votarían por las diputaciones locales de Morena, seguidas por las del PAN (10 % en ambos grupos), del PRD (7.7 % y 5.6 %) y del PRI (5 % y 3.6 %).

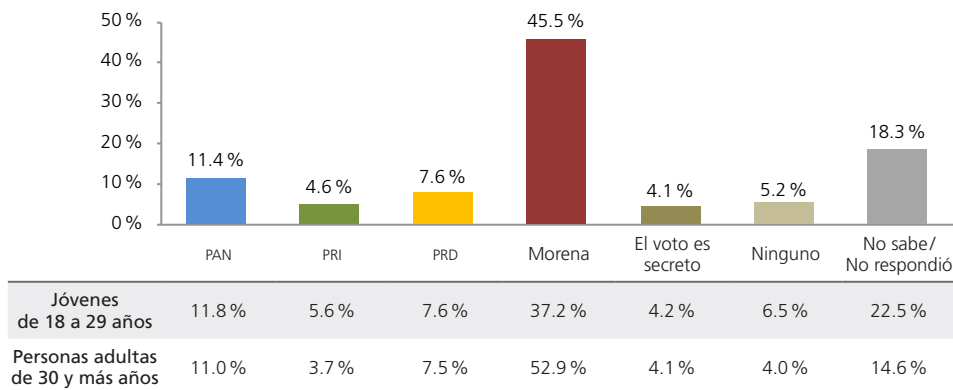
**Gráfica 32. ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para diputaciones locales?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, MC, Panal, PES, Vía Radical y candidaturas independientes) y la opción "No voy a votar".

La mayoría de las y los jóvenes (37 %) y las personas adultas (52.9 %) expresaron que votarían por personas titulares de las alcaldías de Morena, seguidas por las del PAN (11 % de ambos grupos), del PRD (7 % de ambos grupos) y del PRI (5.6 % y 3.7 %).

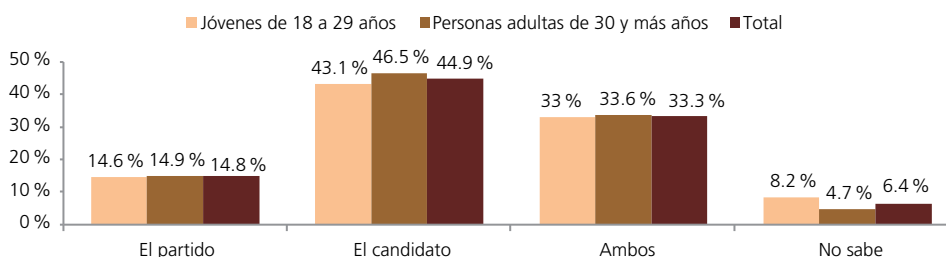
**Gráfica 33. ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para las alcaldías (antes delegaciones) en Ciudad de México?**



NOTA: Suma 100 % agregando partidos menores a 1 % (PVEM, PT, MC, Panal, PES, Vía Radical y candidaturas independientes) y la opción "No voy a votar".

Las simpatías y lealtades que la ciudadanía manifestó en relación con las candidaturas a la Presidencia de la República se reiteran en todas las preguntas que siguen, ya sea que traten del partido como tal o de candidaturas a diversos cargos, desde gubernaturas (Jefatura de Gobierno en el caso de la capital) hasta diputaciones. Muchas de las personas funcionarias que ocuparon esos cargos los últimos tres años eran poco conocidas, y lo mismo ocurría con las que eran candidatas durante junio de 2018 y estaban a punto de ser elegidas. Por eso, es muy peculiar la respuesta a la siguiente pregunta formulada a las personas entrevistadas: "A la hora de votar, ¿qué piensa que es más importante: el candidato o el partido?". El 43% de las y los jóvenes respondió que la persona candidata, 33% señaló que ambos, y 14% que el partido. Lo mismo ocurrió entre personas adultas: 46% expresó que la persona candidata, 33% ambos, y 14% el partido.

**Gráfica 34. A la hora de votar, ¿qué piensa que es más importante: la persona candidata o el partido?**



También resulta contradictoria la respuesta a la identificación ideológica entre izquierda o derecha. Morena es un partido que, a pesar de su diversidad, se reconoce abiertamente como de izquierda, y hay una porción importante de la población joven y adulta que manifiesta su identificación y preferencia por su líder y fundador, Andrés Manuel López Obrador, así como con sus candidaturas. Sin embargo, cuando se les preguntó con cual tipo de política (izquierda o derecha) se identifican, 35% de los y las jóvenes respondió con ninguna, 22.9% con la izquierda, 22.6% expresó no saber, 12.6% con la

derecha y 6.5 % con el centro, lo que denota un amplio descontento o desconocimiento de las posturas políticas entre la juventud. El caso de la población adulta es muy similar, aunque la mayoría tiene una identificación izquierdista, 32 %, seguida por ninguna, 26 %, quienes no saben, 21 %, la derecha, 10 %, y 8.7 % con el centro.

**Tabla 13. En política se menciona mucho la izquierda-derecha, ¿con cuál de ellas se identifica más?**

	Izquierda	Derecha	Centro	Ninguna	No sabe
Jóvenes de 18 a 29 años	22.9 %	12.6 %	6.5 %	35 %	22.6 %
Personas adultas de 30 y más años	32.2 %	10.1 %	8.7 %	26.5 %	21.2 %
Total	27.8 %	11.3 %	7.6 %	30.5 %	21.9 %

A pesar de estas contradicciones, entre los grupos hay una coincidencia: 57 % de las y los jóvenes, y 58 % de las personas adultas, desaprobaron totalmente la forma como estaba haciendo su trabajo el presidente Enrique Peña Nieto.

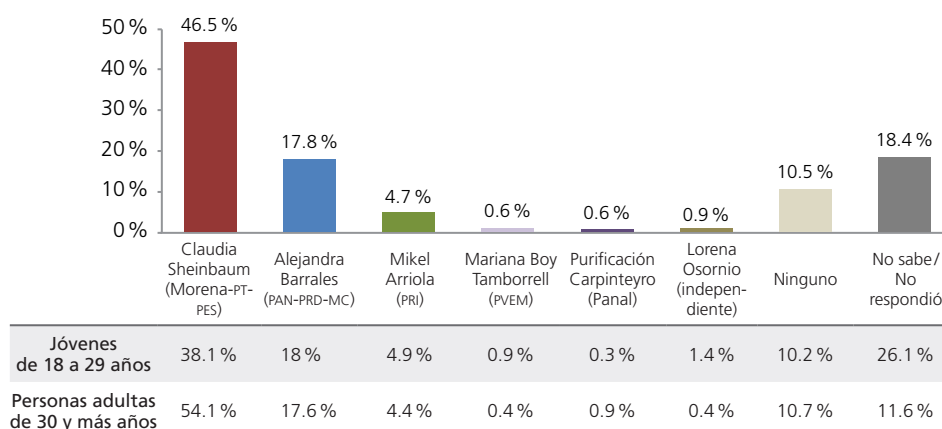
**Tabla 14. En general, usted aprueba o desaprueba la forma como está haciendo su trabajo el presidente Enrique Peña Nieto, ¿lo aprueba o desaprueba totalmente o algo?**

	Aprueba totalmente	Aprueba algo	Ni aprueba ni desaprueba	Desaprueba algo	Desaprueba totalmente
Jóvenes de 18 a 29 años	1.9 %	10.5 %	9 %	20 %	57.4 %
Personas adultas de 30 y más años	2.2 %	8.4 %	6 %	24.8 %	58.1 %
Total	2 %	9.4 %	7.5 %	22.5 %	57.7 %

A la pregunta “De los candidatos a Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, ¿por quién votaría como primera opción?”, los y las jóvenes, en gran número (38.1 %), respondieron que por Claudia Sheinbaum; sin embargo, 25.3 % indicó no saber, 18 % mencionó a Alejandra Barrales, y 4.9 % expresó su empatía por Mikel Arriola. Las candidatas que menos fueron nombradas por las personas jóvenes fueron: Lorena Osornio (1.4 %), Mariana Boy Tamborrell (0.9 %) y Purificación Carpinteyro (0.3 %).

Por su parte, la mayoría de la población adulta mencionó que votaría, como primera opción, por Claudia Sheinbaum (54.1 %), seguida de Alejandra Barrales (17.6 %), luego por quienes no sabían por quién votar (11.6 %), por quienes expresaron su intención de no votar por nadie (10.7 %) y por quienes lo harían por Mikel Arriola (4.4 %). Al igual que entre jóvenes, las personas adultas mencionaron en menor frecuencia a las candidatas Purificación Carpinteyro (0.9 %), Mariana Boy Tamborrell y Lorena Osornio (0.4 % respectivamente). Cabe señalar que no se mencionó a Marco Rascón.

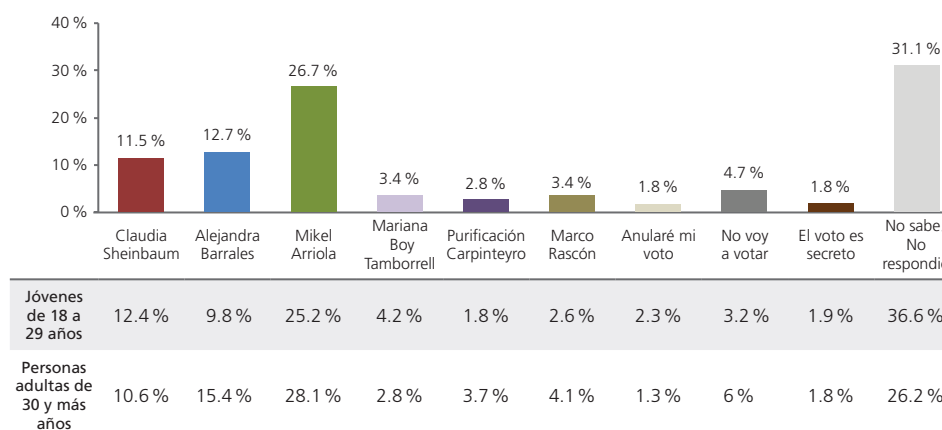
Gráfica 35. ¿Por quién votaría como primera opción?



Sobre la pregunta “¿Por quién nunca votaría para jefe de Gobierno?”, los y las jóvenes mencionaron generalmente no saber (36 %), seguida de la respuesta de que no votarían por Mikel Arriola (25.2 %), Claudia Sheinbaum (12.4 %), Alejandra Barrales (9.8 %), Mariana Boy Tamborrell (4.2 %), Marco Rascón (2.6 %) y Purificación Carpinteyro (1.8 %). Cabe señalar que 3.2 % expresó que no votaría, mientras que 2.3 % declaró que anularía su voto y 1.9 % respondió que el voto es secreto.

La población adulta expresó que el candidato por el cual nunca votarían sería, en primer lugar, Mikel Arriola (28.1 %), seguida de la respuesta de no saber por quién nunca votarían (26.2 %), después por Alejandra Barrales (15.4 %), y Claudia Sheinbaum (10.6 %). Es importante resaltar que 6 % declaró que no votaría, mientras que las candidaturas que fueron mencionadas en menor frecuencia fueron la de Marco Rascón (4.1 %), Purificación Carpinteyro (3.7 %) y Mariana Boy Tamborrell (2.8 %). Apenas 1.3 % declaró que anularía su voto y 1.8 % contestó que el voto es secreto. Cabe destacar que no se mencionó a Lorena Osornio.

Gráfica 36. ¿Por quién nunca votaría para la Jefatura de Gobierno?

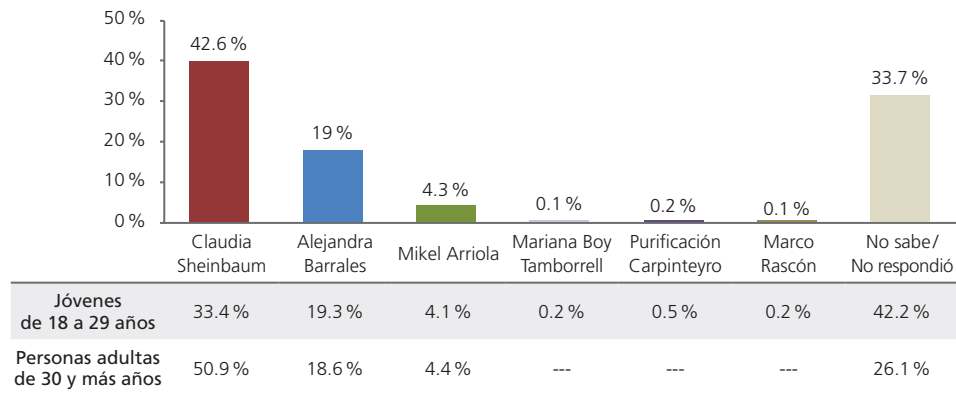


Cuando se les preguntó “¿Y quién cree que gane la elección para jefe de Gobierno de la Ciudad de México?”, las y los jóvenes indicaron no saber (42.2 %), respuesta seguida

de Claudia Sheinbaum (33.4%), Alejandra Barrales (19.3%) y Mikel Arriola (4.1%). Las candidaturas menos nombradas fueron las de Purificación Carpinteyro (0.5%), Mariana Boy Tamborrell y Marco Rascón (0.2% respectivamente). Lorena Osornio no fue nombrada.

Por otra parte, 50.9% de la población adulta dijo creer que la candidata Claudia Sheinbaum sería ganadora de las elecciones para Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, mientras que 26.1% respondió que no sabía. Debajo de estos números, 18.6% consideró que Alejandra Barrales podría ganar, y sólo 4.4% contestó que Mikel Arriola. Mariana Boy, Purificación Carpinteyro, Marco Rascón y Lorena Osornio no tuvieron menciones.

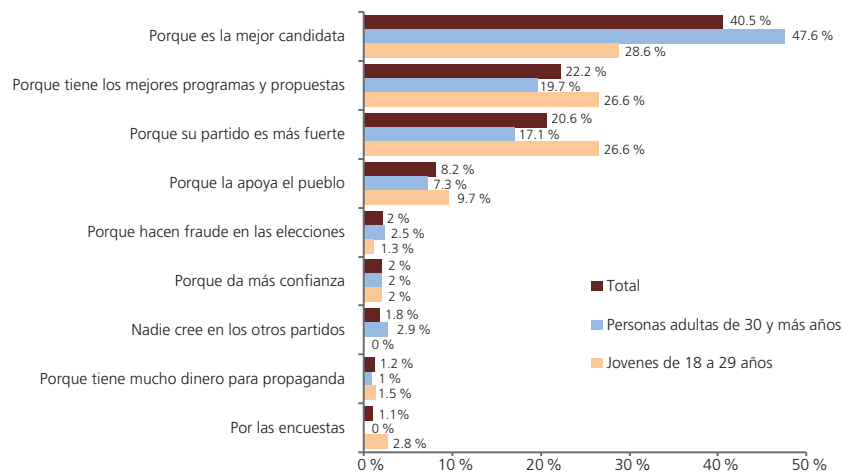
**Gráfica 37. ¿Quién cree que gane la elección de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México?**



Al preguntarles "¿Por qué cree que ganará la elección Claudia Sheinbaum?", el 43% que consideró que ella ganaría explicó su opinión de diversas maneras. La población joven mencionó que porque era la mejor candidata (28.6%), porque tenía los mejores programas y propuestas, por el mérito de su partido (26.6%), y, en menor número (tan sólo 9.7%) por el apoyo del pueblo. Por otra parte, aunque menos frecuentes, hubo opciones negativas: por las encuestas (2.8%), porque tenía mucho dinero para propaganda (1.5%), y porque haría fraude en las elecciones (1.3%).

La población adulta coincidió con la joven en los motivos positivos por los que Claudia Sheinbaum ganaría, como ser la mejor candidata (47.6%), tener los mejores programas y propuestas (19.7%), porque su partido era más fuerte (17.1%) y porque la apoyaba el pueblo (7.3%). Entre los motivos negativos o menos positivos estuvieron porque nadie cree en los otros partidos (2.9%), porque harían fraude en las elecciones (2.5%), y porque tenía mucho dinero para propaganda (1%).

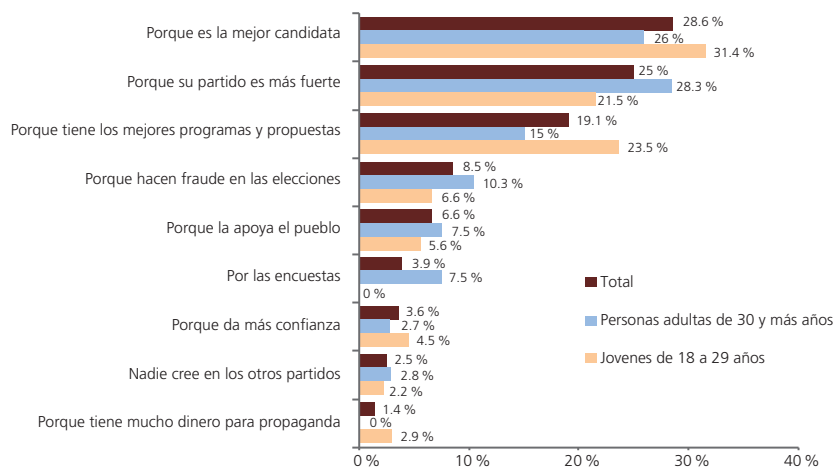
Gráfica 38. ¿Por qué cree que ganará la elección Claudia Sheinbaum?



Respecto de la segunda competidora en la ciudad, Alejandra Barrales, del frente PAN-PRD-MC,<sup>10</sup> 19 % de la población joven consideró que ganaría la elección con los siguientes motivos: 31.4 % consideraba que era la mejor candidata, 23.5 % indicó que tenía los mejores programas y propuestas, 21.5 % creía que su partido era el más fuerte, y sólo 5.6 % pensaba que la apoyaba el pueblo. Respecto a las opciones negativas, 6.6 % pensaba que ganaría porque harían fraude en las elecciones, 2.9 % porque tenía mucho dinero para propaganda, y, finalmente, 2.2 % porque nadie cree en los otros partidos.

Por su parte, 28.3 % de la población adulta pensaba que Alejandra Barrales ganaría porque su partido era el más fuerte, 26 % pensaba que era la mejor candidata, 15 % que tenía las mejores propuestas, y 7.5 % por influencia de las encuestas y porque la apoyaba el pueblo respectivamente. Entre los motivos negativos destaca un porcentaje alto, de 10 %, que declaró que su triunfo podría deberse a que harían fraude en las elecciones, y 2.8 % porque nadie cree en los otros partidos.

Gráfica 39. ¿Por qué cree que ganará la elección Alejandra Barrales?



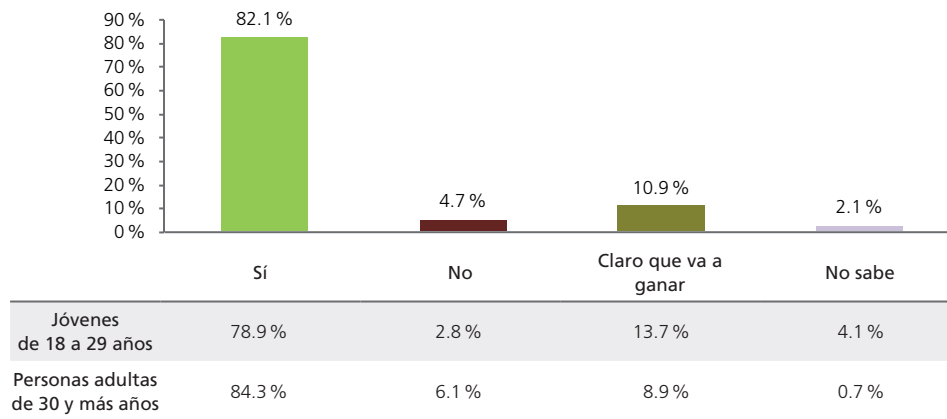
<sup>10</sup> Partido Acción Nacional-Partido de la Revolución Democrática-Movimiento Ciudadano.



Se valoró la lealtad del electorado hacia la candidatura de su elección a través de la pregunta “¿Votaría por el candidato a jefe de Gobierno que más le gusta (o que prefiere) aun sabiendo que no va a ganar?”; 78.9% de los y las jóvenes contestaron que sí votarían por la candidatura de su preferencia y 13.7% declaró que ganaría, mientras que sólo 2.8% no votaría por la candidatura de su preferencia y tan sólo 4.1% dijo que no sabía.

Por su parte, 84.3% de las personas adultas indicaron que sí votarían por su candidatura preferida, y 8.9% mencionaron que estaban seguras de que ganaría, mientras que 6.1% mencionaron que no votarían por su candidatura y sólo 0.7% dijeron no saber.

**Gráfica 40. ¿Votaría por la candidatura a Jefatura de Gobierno que más le gusta (o que prefiere) aun sabiendo que no va a ganar?**



## Capítulo V.

# La relación de la ciudadanía con el poder

En este apartado se explora la relación entre la población y las autoridades, para conocer la distancia o cercanía de la juventud con sus gobernantes, así como la percepción que tiene de los problemas que le aquejan y las estrategias que piensa para solucionarlos.

A la pregunta “¿Qué tanto se preocupan por atender sus demandas quienes lo gobiernan?”, la mayoría de los y las jóvenes declararon que no lo hacen, 50.5 %, seguidos de quienes creen que las atienden poco, 44.7 %, y solamente 4.1 % considera que las atienden mucho.

A las personas adultas se les preguntó sobre la forma cómo los Gobiernos atienden a la juventud, y sus respuestas fueron muy similares a las de las personas jóvenes: un poco más de la mitad manifestó que el Gobierno no se preocupa por atender sus demandas, 52.4%, seguido de quienes creían que las atienden poco, 43.3 %, y, finalmente, 4.3 % dijo que las atienden mucho.

**Tabla 15. ¿Qué tanto se preocupan por atender sus demandas quienes gobiernan?**

	Mucho	Poco	Nada
Jóvenes de 18 a 29 años	4.1 %	44.7 %	50.5 %
Personas adultas de 30 y más años	4.3 %	43.3 %	52.4 %

NOTA: Suma 100 % agregando la opción “No respondió”.

Otra pregunta de contenido similar fue “¿Cree que los políticos y el Gobierno están interesados en los jóvenes?”. Una gran cantidad de las y los jóvenes, 48.6 %, creen que las personas políticas y el Gobierno no tienen nada de interés en su situación, mientras que 46.1 % declaró sentir que tienen poco interés y tan sólo 4.9 % mencionó que se interesan mucho.

Por otra parte, la mayoría de las personas adultas, 51.2 %, coinciden con las jóvenes al creer que las personas políticas y el Gobierno no tienen nada de interés en su situación, mientras que 39.7 % mencionó que tienen poco interés y tan sólo 5.8 % dijo que se interesan fuertemente en el sector joven.

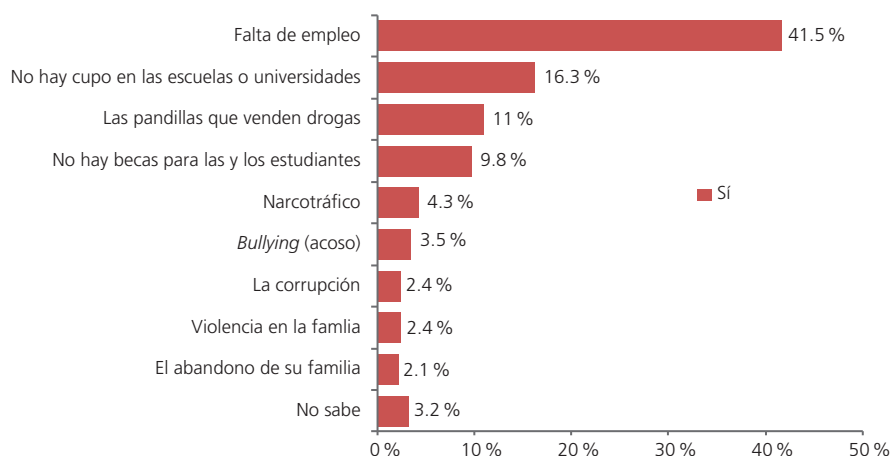
Tabla 16. ¿Cree que los políticos y el Gobierno tienen interés en los y las jóvenes?

	Mucho	Poco	Nada
Jóvenes de 18 a 29 años	4.9 %	46.1 %	48.6 %
Personas adultas de 30 y más años	5.8 %	39.7 %	51.2 %

NOTA: Suma 100 % agregando la opción "No respondió".

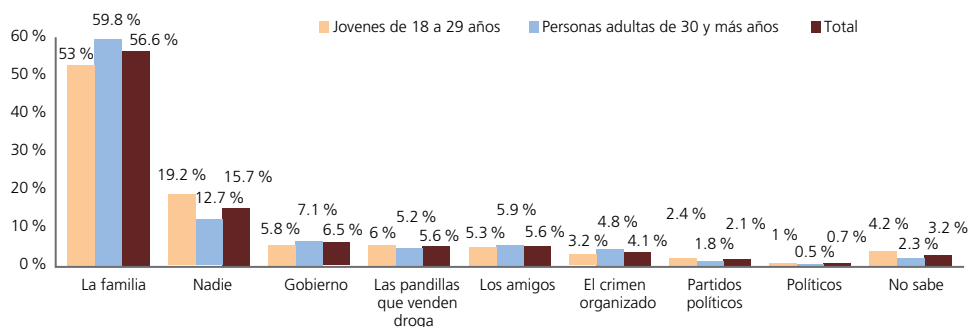
Respecto de la percepción que se tiene de los principales problemas que aquejan a la juventud de la Ciudad de México, tanto personas jóvenes como adultas coinciden en mencionar la falta de empleo como el más grave, y en segundo lugar la falta de cupo en las escuelas.

Gráfica 41. ¿Cuáles son los principales problemas de los jóvenes en su ciudad?



Otros problemas mencionados con menor frecuencia son: falta de transporte, falta de espacios para el deporte y la diversión (lugares para fiestas, conciertos, etc.), la violencia de la policía o del ejército, la inseguridad, la delincuencia/violencia, los bajos salarios, los altos precios/la pobreza, y la falta de valores.<sup>11</sup>

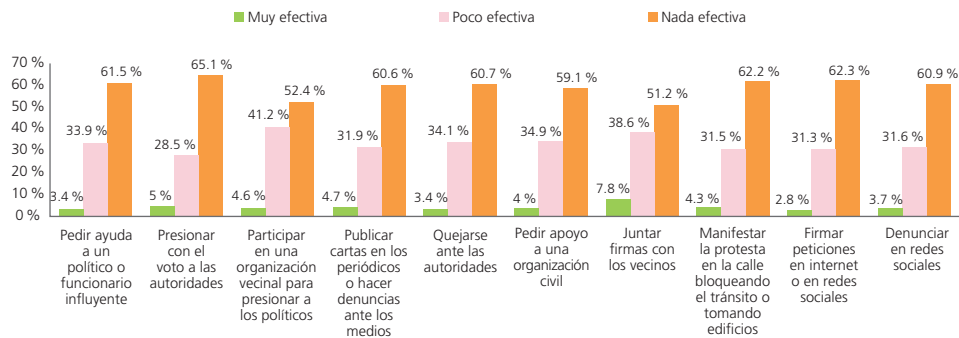
Gráfica 42. ¿Quién está interesado en los jóvenes?



<sup>11</sup>Datos mencionados como "Otras" en la Encuesta sobre cultura política de los jóvenes mexicanos 2018 (módulo individual).

Un tema complementario es el de los recursos que percibe la ciudadanía para resolver los problemas de su barrio o entorno inmediato; para indagar al respecto, se le preguntó “Cuando hay un problema en su calle o en su barrio, ¿qué tan efectivas son las siguientes acciones?”.

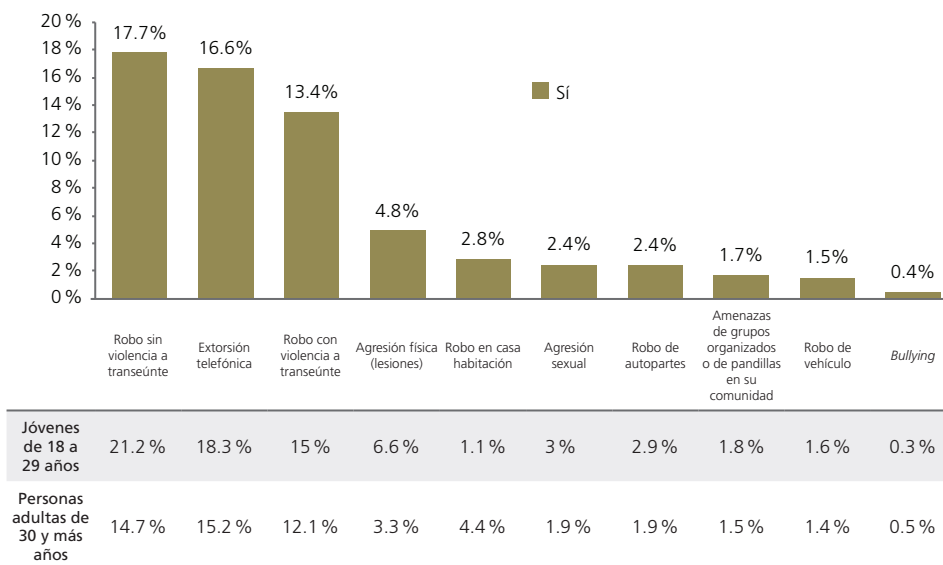
**Gráfica 43. Cuando hay un problema en su calle o en su barrio, ¿qué tan efectivas son las siguientes acciones?**



En general, la ciudadanía se siente desamparada frente a los problemas, y sólo un pequeño porcentaje (menos de 5 %) percibe que hay acciones efectivas a su alcance para resolverlos. Así, 52.4 % considera que la organización vecinal es una forma de actuar poco efectiva, pero también otras acciones tienen entre 30 % y 40 % de percepción negativa, como presionar a las autoridades con el voto, pedir ayuda a una persona política influyente o bloquear las calles. Estas respuestas ponen en evidencia la debilidad del vínculo entre los Gobiernos locales y la ciudadanía.

Por último, se exploró la inseguridad que sufren jóvenes y personas adultas, pues se les preguntó “Durante el último año, ¿ha sido víctima de algún delito?”, y entre 13 y 18 % de las personas entrevistadas lo había sido.

**Gráfica 44. ¿Ha sido víctima de algún delito?**



## Capítulo VI.

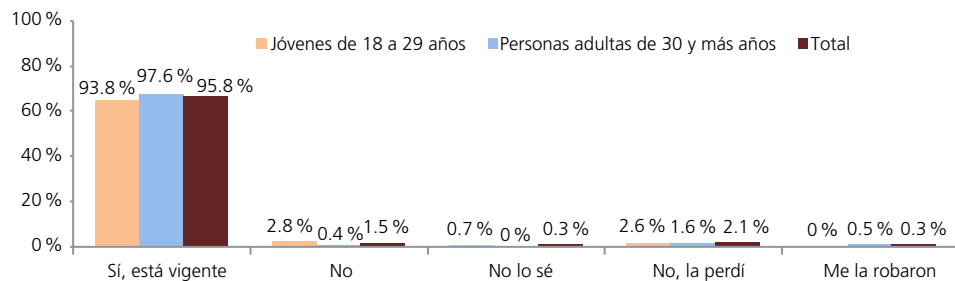
# El ejercicio de la ciudadanía

En esta sección de la investigación se explora la participación de la ciudadanía mexicana en diferentes dimensiones de los procesos electorales, desde lo más elemental, que es tener credencial para votar, hasta involucrarse en la organización, con la vigilancia de su desarrollo.

Ante la pregunta “¿Tiene credencial del IFE vigente para votar?”, 93.8 % de las y los jóvenes declaró que sí, 2.8 % dijo no tenerla, 2.6 % que la perdió y sólo 0.7 % no sabía.

Por otro lado, 97.6 % de la población adulta tenía credencial para votar vigente, 1.6 % la había perdido, 0.5 % mencionó que se la robaron y sólo 0.4 % negó tenerla. Esto confirma el hecho ya conocido de que esta credencial ha llegado a ser el documento de identidad más importante para la población de todas las edades.

Gráfica 45. ¿Tiene credencial del IFE vigente para votar?



Asimismo, cuando se les preguntó “Antes de 2018, ¿ya había votado en elecciones anteriores?”, casi la totalidad de personas entrevistadas manifestó que sí, lo cual parece exagerado, porque la participación en elecciones constitucionales no ha sido tan alta. Sin embargo, 96.4 % de los y las jóvenes mencionaron que sí habían votado en elecciones anteriores, y sólo 3.6 % no lo había hecho, mientras que 98.3 % de las personas adultas mencionaron que habían votado anteriormente, y 1.7 % mencionó que no lo había hecho.

Tabla 17. ¿Ya había votado en elecciones anteriores?

	Sí	No
Jóvenes de 18 a 29 años	96.4 %	3.6 %
Personas adultas de 30 y más años	98.3 %	1.7 %

Pero resulta aún menos creíble el alto porcentaje de personas que declararon tener credencial y la decisión de votar el 1 de julio de 2018 dos o tres semanas antes: a la pregunta “¿Piensa ir a votar este 1 de julio?”, 87.6 % de jóvenes con credencial vigente respondió afirmativamente, 8.9 % expresó que no lo haría y sólo 3.6 % no sabía. Por su parte, 91.1 % de las personas adultas pensaba ir a votar el 1 de julio, 5.3 % expresó que no lo haría y sólo 3.7 % mencionó que no sabía.

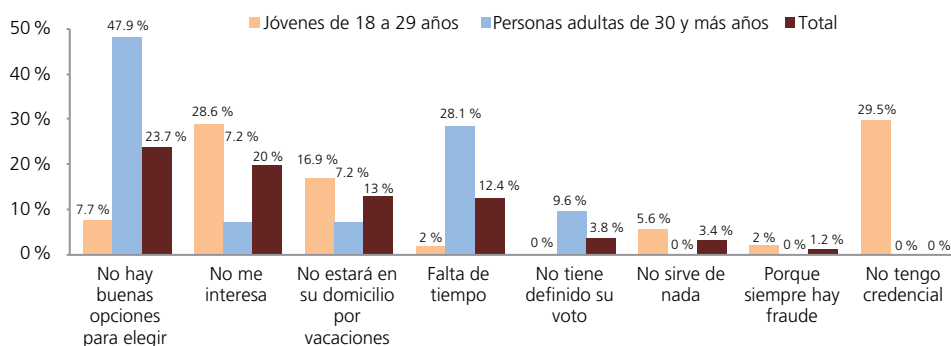
Tabla 18. ¿Piensa ir a votar este 1 de julio?

	Sí	No	No sabe
Jóvenes de 18 a 29 años	87.6 %	8.9 %	3.6 %
Personas adultas de 30 y más años	91.1 %	5.3 %	3.7 %

A pesar de ser un grupo muy pequeño, vale la pena analizar las razones de quienes manifestaron que no votarían. Como se puede observar, hay diferencias importantes entre jóvenes y personas adultas, ya que las segundas manifestaron como principal causa la falta de opciones políticas atractivas (47.9 %), seguidas de la falta de tiempo (28.1 %), el no tener definido el voto (9.6 %), y que no les interesaba o no estarían en su domicilio por vacaciones (7.2 % respectivamente).

Por su parte, las y los jóvenes expresaron que no votarían porque no tenían credencial para votar (29.5 %), porque no les interesaba votar (28.6 %), porque no se encontrarían en su domicilio por vacaciones (16.9 %), y porque no había buenas opciones para elegir (7.7 %). Finalmente, fueron muy pocas las explicaciones que denotan una actitud más negativa: 5.6 % dijo que no sirve de nada y 2 % dijo tanto que por falta de tiempo como porque siempre hay fraude.

Gráfica 46. ¿Cuál es la principal razón por la que no va a votar?

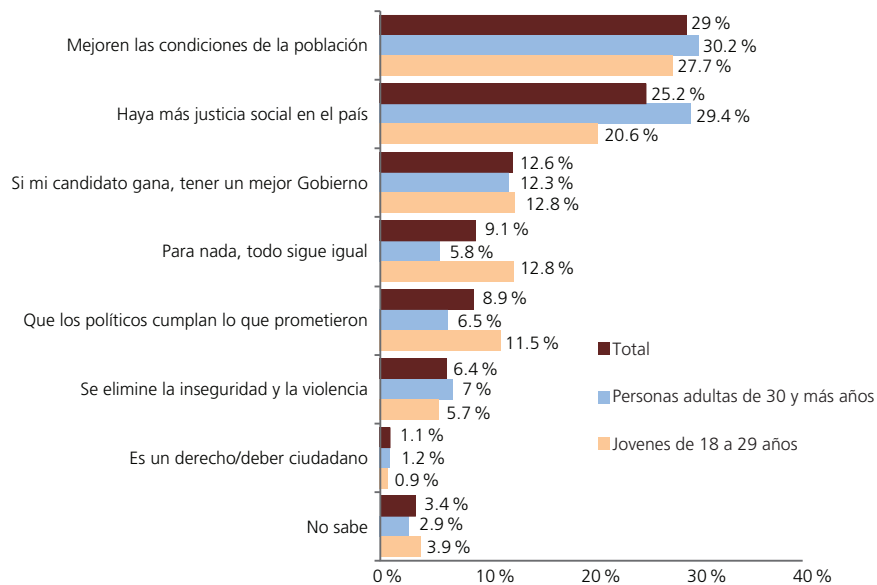


Por último, a todas las personas entrevistadas que tenían credencial vigente para votar en ese momento se les preguntó “En su opinión, ¿para qué sirve votar?”. Las respuestas de las y los jóvenes fueron mayoritariamente positivas (87 %), tanto como las diversas consecuencias que atribuyen al ejercicio del sufragio: el mejoramiento de las condiciones de la población (27.7 %), porque sirve para que haya más justicia social en el país (20.6 %), porque creen que si gana la persona de su preferencia habrá un mejor Gobierno (12.8 %), porque piensan que el voto sirve para que las personas políticas cumplan lo que prometen (11.5 %), porque piensan que el voto sirve para que se elimine la inseguridad y la violencia (5.7 %), y sólo 0.9 % declaró que el voto es un derecho y un deber ciudadano.

Por otro lado, la población adulta, al igual que la joven, cree que votar sirve para el mejoramiento de las condiciones de la población (30.2 %), para que haya más justicia social en el país (29.4 %), para que haya un mejor Gobierno si gana la persona de su preferencia (12.3 %), para eliminar la inseguridad y la violencia (7 %), para que las personas políticas cumplan lo que prometen (6.5 %), y porque el voto es un derecho y un deber ciudadano (1.2 %).

Tanto entre personas jóvenes como adultas, las opiniones sobre la democracia electoral son positivas en su mayoría, sin embargo, en el caso del primer grupo, 12.8 % piensa que el voto “No sirve para nada, porque todo sigue igual”, y 3.9 % no sabe para qué sirve el voto; mientras que, entre el segundo, 5.8 % piensa que votar no sirve para nada, y casi 3 % ignora para qué sirve el voto.

Gráfica 47. ¿Para qué sirve votar?



NOTA: Suma 100 % agregando otras categorías menores a 1 %, por ejemplo: “Obtener una recompensa o un beneficio a cambio de mi voto”; “Quedar bien con mi familia, compadre”; “Quedar bien con mis amigos”; “Quedar bien con el líder (gestor o representante) de mi colonia, de mi grupo de trabajo, de mi pueblo”; “Para elegir un candidato, para elegir un cambio en el país”; “Es una obligación”; “Para que no se roben los votos”; “Para que mi voto se tome en cuenta”; “Para tener democracia”, entre otros.

## Capítulo VII.

# Conocimiento y opinión de las instituciones electorales

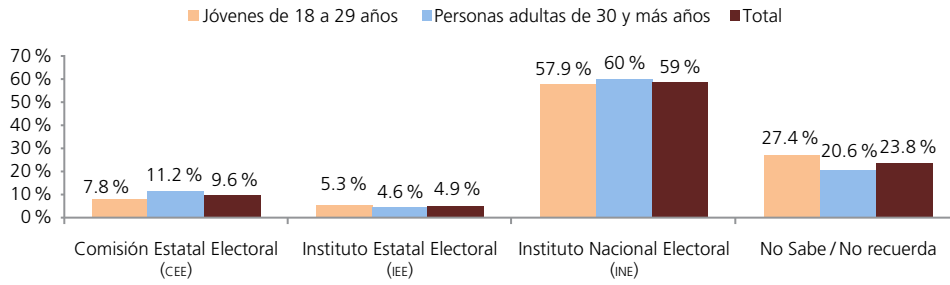
En México, por las características del régimen, con un compromiso entre la democracia electoral y el autoritarismo de un partido que fue hegemónico casi ochenta años, las instituciones electorales han tenido que sacudirse el desprestigio arrastrado por muchos años. De ahí que la opinión que tiene la ciudadanía sobre las instituciones electorales y de justicia electoral sea un tema de gran interés, principalmente para la imagen que desean proyectar las propias instituciones. Por ello se vuelve de vital importancia explorar cómo la ciudadanía entiende el funcionamiento de los organismos encargados de organizar las elecciones a diferentes niveles, y qué opiniones tienen acerca de los tribunales electorales.

En principio, cabe aclarar que 57.9 % de los y las jóvenes confundió las funciones de los institutos locales y el nacional, pues mencionaron al Instituto Nacional Electoral (INE) como el encargado de organizar las elecciones locales en su estado; asimismo, 7.8 % de la muestra indicó que el nombre de la institución responsable de organizar las elecciones locales era Comisión Estatal Electoral (CEE), y 5.3 % dijo Instituto Estatal Electoral (IEE). Algo similar ocurrió entre las personas adultas, pues 60 % expresó que el organismo encargado de organizar las elecciones locales en su estado era el INE, sin embargo, hubo una diferencia en las siguientes respuestas, puesto que el segundo lugar lo ocupó “No sabe o no recuerda”, con 20.6 %, la CCE, con 11.6 %, y el IEE, con 4.6 %.

El 56.5 % de los y las jóvenes señaló que no sabía cómo se llama el tribunal encargado de juzgar las elecciones locales, 25 % indicó que se trataba del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), 9.4 % mencionó a la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE), y 6 % al Tribunal Estatal Electoral (TEE). Mientras que, entre personas adultas, 42 % no sabía o no recordaba, 35 % dijo que el TEPJF, 14.1 % que la FEPADE, y 6.2 % que el TEE.

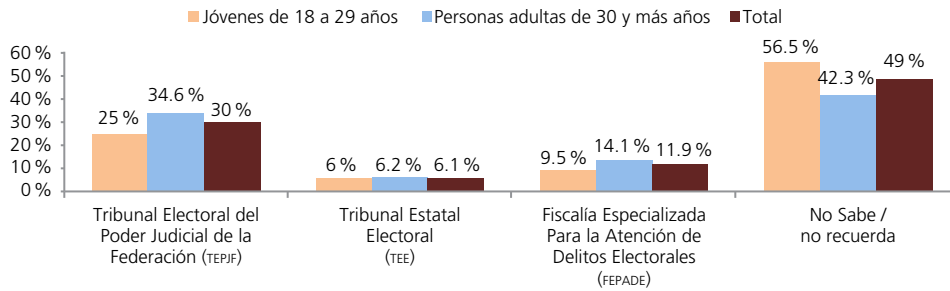


**Gráfica 48. ¿Cómo se llama la institución encargada de organizar las elecciones locales en su estado?**



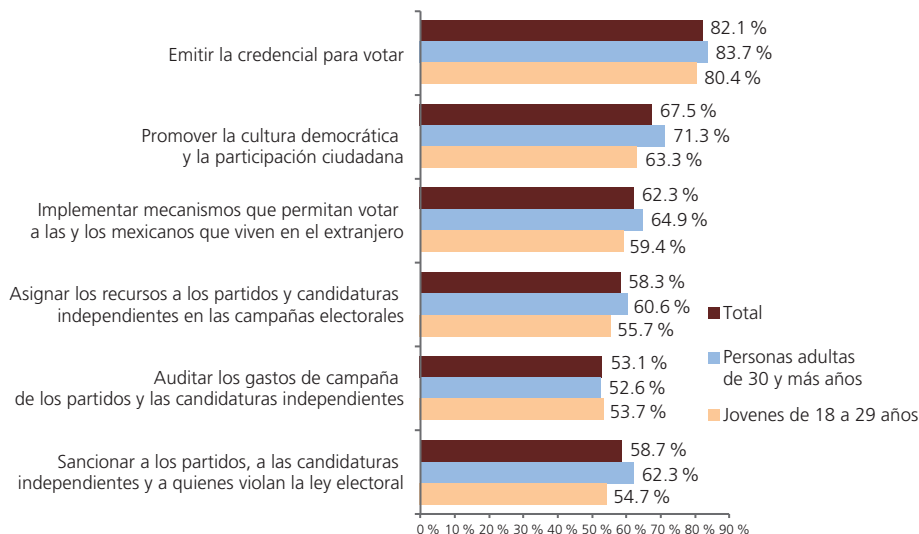
Una confusión similar se manifestó tras la pregunta “¿Cómo se llama el tribunal encargado de juzgar las elecciones locales?”.

**Gráfica 49. ¿Cómo se llama el tribunal encargado de juzgar las elecciones locales?**



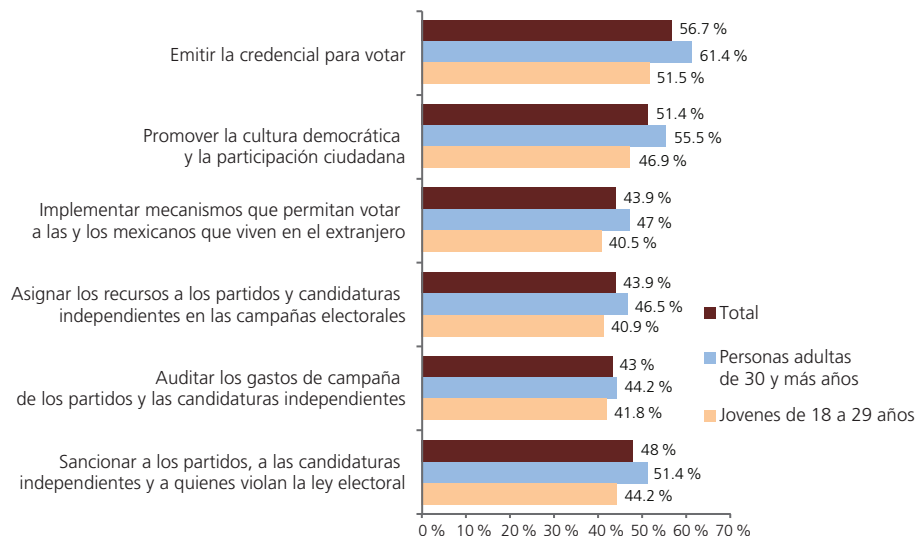
Cuando se les preguntó a las personas encuestadas cuáles son las funciones más importantes del INE, tenían la oportunidad de elegir varias opciones simultáneamente: 80.4% de las y los jóvenes indicó que “Emitir la credencial para votar”, 63.3% “Promover la cultura democrática y la participación ciudadana”, 59.4% “Implementar mecanismos que permitan votar a los mexicanos que viven en el extranjero”, 55.7% “Asignar los recursos a los partidos y a los candidatos independientes en las campañas electorales”, 54.7% “Sancionar a los partidos, a los candidatos y a todos los que violan la ley electoral”, 53.7% “Auditar los gastos de campaña de los partidos y candidatos independientes”. Mientras que, entre personas adultas, 83.7% señaló como primera opción “Emitir la credencial para votar”, 71.3% “Promover la cultura democrática y la participación ciudadana”, 64.9% “Implementar mecanismos que permitan votar a los mexicanos que viven en el extranjero”, 62.3% “Sancionar a los partidos, a los candidatos y a todos los que violan la ley electoral”, 60.6% “Asignar los recursos a los partidos y a los candidatos independientes en las campañas electorales”, y 52.6% “Auditar los gastos de campaña de los partidos y candidatos independientes”.

**Gráfica 50. ¿Cuáles son las funciones más importantes del Instituto Nacional Electoral (INE)?**



Existe también confusión entre lo que le toca hacer a los organismos locales (OPLE) y al INE. Cuando se les preguntó a las personas encuestadas cuáles son las funciones más importantes de su OPLE, 51.5 % de las y los jóvenes indicó: “Emitir la credencial para votar”, 46.9 % “Promover la cultura democrática y la participación ciudadana”, 44 % “Sancionar a los partidos, a los candidatos y a todos los que violan la ley electoral”, 41.8 % “Auditar los gastos de campaña de los partidos y candidatos independientes”, 40.9 % “Asignar los recursos a los partidos y a los candidatos independientes en las campañas electorales”, 40.5 % “Implementar mecanismos que permitan votar a los mexicanos que viven en el extranjero”. Mientras que, entre personas adultas, 61.4 % señaló como primera opción “Emitir la credencial para votar”, 55.5 % “Promover la cultura democrática y la participación ciudadana”, 51.4 % “Sancionar a los partidos, a los candidatos y a todos los que violan la ley electoral”, 47 % “Implementar mecanismos que permitan votar a los mexicanos que viven en el extranjero”, 46.5 % “Asignar los recursos a los partidos y a los candidatos independientes en las campañas electorales”, y 44 % “Auditar los gastos de campaña de los partidos y candidatos independientes”.

Gráfica 51. ¿Cuáles son las funciones más importantes de su instituto local electoral, OPLE?



Entre otros temas, cabe mencionar que muy pocas personas (19 %) recordaron los mensajes lanzados por las autoridades electorales locales o nacionales. La mayoría de los y las jóvenes (66.3 %) y de las personas adultas (64.6 %) mencionó no saber los temas de las últimas campañas que los institutos electorales emitieron para incentivar el voto, contra 19 % de ambos grupos que dijo saberlos, y 14.7 % de jóvenes y 15.8 % de personas adultas que no respondieron.

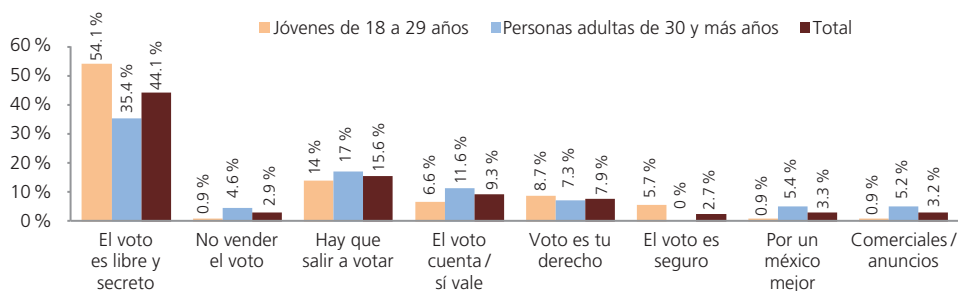
Tabla 19. ¿Puede mencionar algunos de los temas de las últimas campañas de los institutos electorales para incentivar el voto?

	Sí	No sabe	No respondió
Jóvenes de 18 a 29 años	19.1 %	66.3 %	14.7 %
Personas adultas de 30 y más años	19.5 %	64.6 %	15.8 %

Las personas jóvenes encuestadas que pudieron identificar alguno de los temas de las últimas campañas que los institutos electorales emitieron para incentivar el voto indicaron los siguientes: 54 % señaló la opción “El voto es libre y secreto”, le siguió “Hay que salir a votar”, con 14 %, “El voto es tu derecho”, con 8.7 %, “El voto cuenta/sí vale”, con 6.6 %, y “El voto es seguro”, con 5.7 %.

En el caso de las personas adultas, 35.4 % señaló la opción “El voto es libre y secreto”, seguido de “Hay que salir a votar”, con 17 %, “El voto cuenta/sí vale”, con 11.6 %, “El voto es tu derecho”, con 7.3 %, “Por un México mejor”, con 5.4 %, y “No vender el voto”, con 4.6 %.

Gráfica 52. ¿Cuáles temas de campañas recuerda?

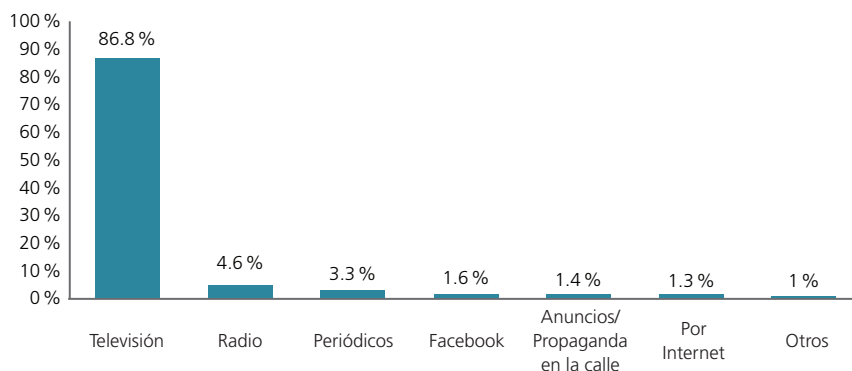


NOTA: Suma 100 % agregando otras categorías menores al 2 %, por ejemplo: "Actualizar credencial de elector", "Denunciar irregularidades sobre el voto", "Votar por la democracia", "Impartir justicia y legalidad", "Vender el avión presidencial", "Sobre la corrupción", "La seguridad".

A las y los jóvenes que pudieron identificar algunos temas de las campañas de los institutos electorales, se les preguntó "¿Por qué medio se enteraron?" de ellos: 85.9 % señaló que, por la televisión, seguida de la radio, con 5.7 %, Facebook, con 3.5 %, Internet, con 2.7 %, y 2.2 % otros. Es curioso que el periódico y la propaganda en la calle no tuvieron respuestas significativas.

En el caso de las personas adultas, 87.6 % indicó por la televisión, 6.2 % por el periódico, y 3.7 % por la radio. Contrario a los reactivos de los y las jóvenes, Internet y Facebook no tuvieron respuestas significativas.

Gráfica 53. ¿Por qué medio se enteró?

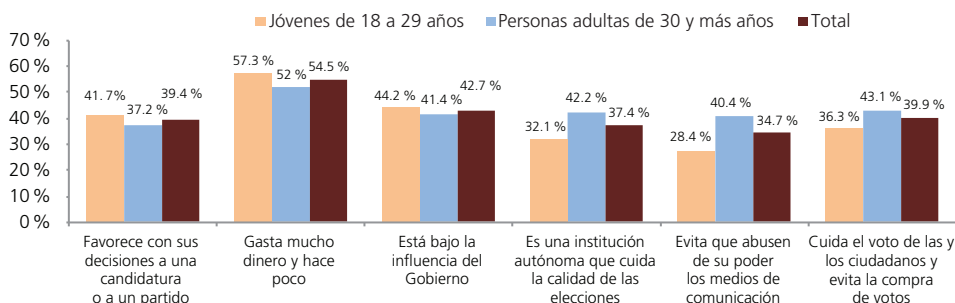


	Televisión	Radio	Periódicos	Facebook	Anuncios/Propaganda en la calle	Por Internet	Otros
Jóvenes de 18 a 29 años	85.9%	5.7%	---	3.5%	---	2.7%	2.2%
Personas adultas de 30 y más años	87.6%	3.7%	6.2%	---	2.5%	---	---

Respecto a la opinión de la ciudadanía encuestada en torno a la labor del INE como organismo público autónomo encargado de organizar las elecciones federales, ésta se inclina a contenidos negativos: 57 % de los y las jóvenes respondió que "Gasta mucho dinero y hace poco", 44 % "Está bajo la influencia del Gobierno", y 41.7 % que "Favorece con sus decisiones a un candidato o a un partido". En sentido positivo, 36 % respondió que se encarga de "Cuidar el voto de los ciudadanos y evitar la compra del voto", 32 % dijo que "Es una institución autónoma que cuida la calidad de las elecciones", y 28 % que "Evita que abusen de su poder los medios de comunicación".

Por otra parte, las respuestas de la población adulta están más divididas entre lo negativo y lo positivo: 52 % expresó que “Gasta mucho dinero y hace poco”, en contraste con 43 % que considera que el INE realiza tareas como “Cuidar el voto de los ciudadanos y evitar la compra del voto”, o dice que “Es una institución autónoma que cuida la calidad de las elecciones” (42 %), “Está bajo la influencia del Gobierno” (41 %), “Evita que abusen de su poder los medios de comunicación” (40 %) y “Favorece con sus decisiones a un candidato o a un partido” (37 %).

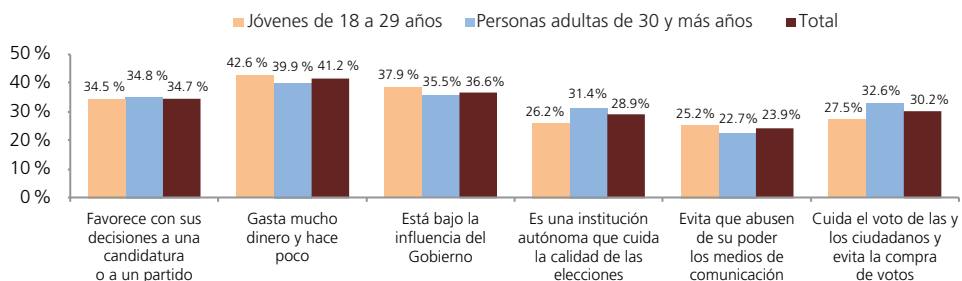
**Gráfica 54. ¿En su opinión, el Instituto Nacional Electoral (INE)?...**



Se tornó necesario preguntar al grupo encuestado su opinión sobre su instituto local electoral. Gran parte de las personas jóvenes (42.6 %) piensa que los OPLE “Gastan mucho dinero y hacen poco”, “Están bajo la influencia del Gobierno” (37.9 %), o “Favorecen con sus decisiones a un candidato o a un partido” (34.5 %). Son pocas las respuestas de los y las jóvenes con un tinte positivo, como que los OPLE “Cuidan el voto de los ciudadanos y evitan la compra de votos” (27.5 %), que “Son instituciones autónomas que cuidan la calidad de las elecciones” (26.2 %), o que “Evitan el abuso de poder por parte de los medios de comunicación” (25.2 %).

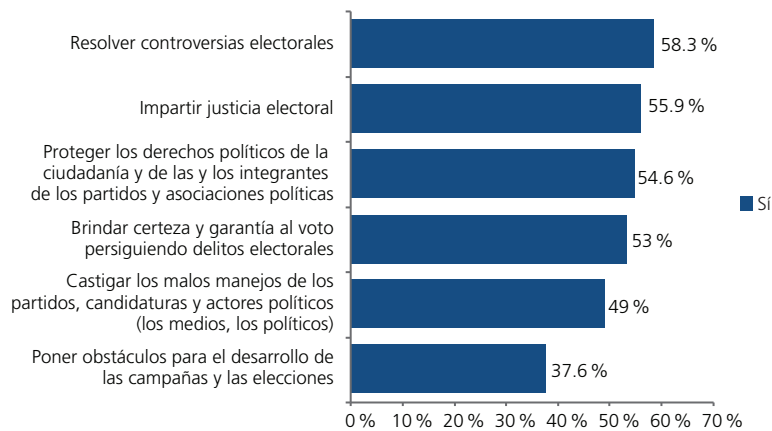
La población adulta, por su parte, mencionó, al igual que la joven, que los OPLE “Gastan mucho dinero y hacen poco” (39.9 %), que “Están bajo la influencia del Gobierno” (35.5 %), o que “Favorecen con sus decisiones a algún candidato o partido” (34.8 %). En sentido positivo, piensa que los OPLE “Tienen la facultad de cuidar el voto y evitar la compra de votos” (32.6 %), creen que su organismo local “Es una institución autónoma que cuida la calidad de las elecciones” (31.4 %), y sólo 22.7 % piensa que los OPLE “Tienen la facultad de evitar el abuso por parte de los medios de comunicación”.

**Gráfica 55. ¿En su opinión, su instituto local electoral, OPLE?...**



Cuando a las personas encuestadas se les preguntó “¿Cuáles son las funciones más importantes del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)?”, las respuestas de la población joven y adulta fueron similares. En su mayoría, le atribuyen al tribunal la facultad de resolver controversias electorales (58.3 %), impartir justicia electoral (55.9 %), y proteger los derechos políticos de la ciudadanía y de las personas integrantes de los partidos y asociaciones políticas (54.6 %). También consideran que tiene la función de brindar certeza y garantizar el voto persiguiendo los delitos electorales (53 %), y casi la mitad de la población encuestada (49 %) considera que está dentro de sus funciones castigar los malos manejos de los partidos, de las personas candidatas y actores políticos (incluidos los medios). Por último, ubican que entre las funciones del TEPJF se encuentra poner obstáculos para el desarrollo de las campañas y las elecciones (37.6 %).

**Gráfica 56. ¿Cuáles son las funciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación?**

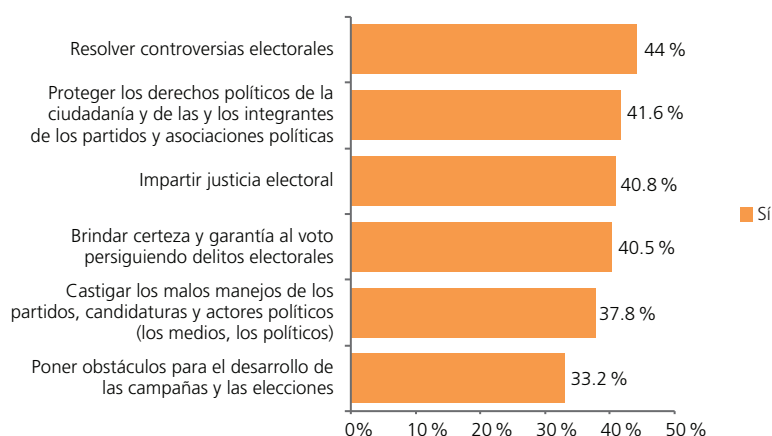


En la encuesta se observa también que existe confusión entre los tribunales electorales locales y el nacional, pues, a la pregunta “¿Cuáles son las funciones de los tribunales locales/ IECM de cada entidad?”, la población joven respondió que resolver controversias electorales (46.7 %), proteger los derechos políticos de la ciudadanía o de las personas integrantes de los partidos y asociaciones políticas (44 %), impartir justicia electoral (41.8 %), y brindar certeza y garantía al voto persiguiendo delitos electorales (41.3 %). En menor frecuencia (38.9 %), indicaron que servían para castigar los malos manejos de los partidos, personas candidatas y actantes políticas (incluidos los medios). Por último, mencionaron que dentro de sus funciones estaba poner obstáculos para el desarrollo de las campañas y las elecciones (33.3 %).

Las personas adultas, de igual forma que las jóvenes, respondieron que resolver controversias electorales (41.7 %), impartir justicia electoral (39.8 %), brindar certeza y garantía al voto persiguiendo delitos electorales (39.7 %), proteger los derechos políticos de la ciudadanía y de las personas integrantes de los partidos y asociaciones políticas (39.4 %). Por último, en menor medida (36.9 %), indicaron que servían para castigar los malos manejos de los partidos, personas candidatas y actores políticos (incluidos los medios), así como poner obstáculos para el desarrollo de las campañas y las elecciones (33 %).<sup>12</sup>

<sup>12</sup>Datos mencionados como “Otras” en la Encuesta sobre cultura política de los jóvenes mexicanos 2018 (módulo individual).

Gráfica 57. ¿Y las de los tribunales locales?



Asimismo, se preguntó sobre algunos de los temas de las últimas campañas de promoción de los tribunales electorales. En este caso, muy pocas personas encuestadas dijeron conocerlos: tan sólo 5.5 % de las jóvenes y 5.3 % de las adultas contestaron afirmativamente.

En general, la población joven y adulta expresó no saber sobre los temas de las últimas campañas de promoción de los tribunales electorales (71.9 %), siendo las personas adultas quienes menos estaban enteradas (73.5 %, contra 70 % de jóvenes).

Tabla 20. ¿Puede mencionar algunos de los temas de las últimas campañas de promoción de los tribunales electorales?

	Sí	No	No sabe	No respondió
Jóvenes de 18 a 29 años	5.5 %	14.0 %	70.1 %	10.4 %
Personas adultas de 30 y más años	5.3 %	12.3 %	73.5 %	8.8 %

Cuando se pidió que mencionaran los temas que recordaban, los más frecuentes para jóvenes y personas adultas fueron los siguientes:

Temas de campaña
• Voto libre y secreto
• Salir a votar
• Denunciar irregularidades sobre el voto
• Anuncios/Comerciales
• Proteger/Defender los votos
• El voto cuenta/Vale mucho

Para finalizar, también se preguntó sobre lo que hacen los tribunales electorales y se trató de indagar sobre la confianza que profesa la población joven o adulta respecto de las instituciones electorales, comparando unas con otras. Para ello, se preguntó “¿Qué tanto confía en la labor de las siguientes instituciones?”, entre las que estaban el INE, el TEPJF, la FEPADE, los OPLE (IECM) y los tribunales electorales locales (Tribunal Electoral de la Ciudad de México, TECDMX).

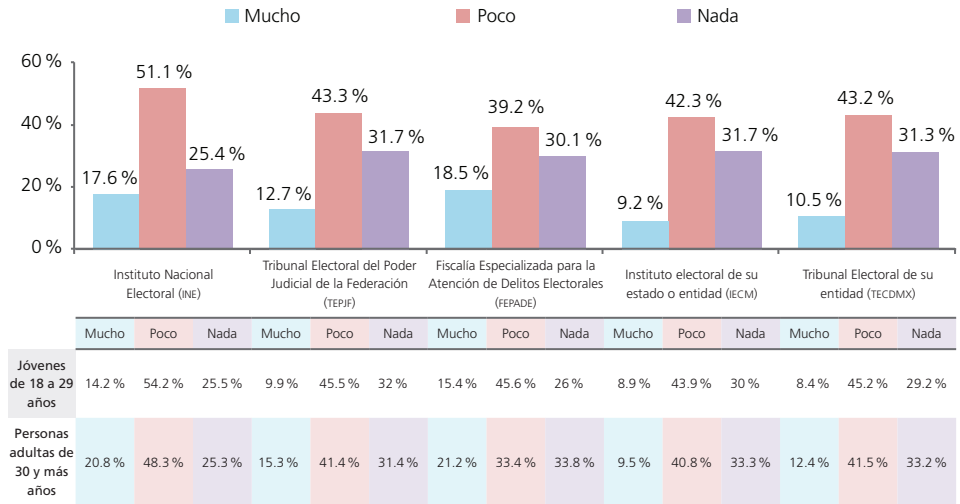
La población joven y adulta, en general, tiene poca confianza en las instituciones electorales y en los tribunales de este ramo. El INE es el organismo en el que menos confían, seguido del TEPJF, el tribunal electoral de su entidad, el instituto electoral de su entidad y, finalmente, la FEPADE. A continuación, se enlistan los hallazgos al respecto:

- **INE:** Aparece como el primer lugar de las instituciones con menos confianza entre la población joven: 54.2 %. De este mismo grupo, 25.5 % expresó tener nada de confianza en dicha institución, y sólo 14.2 % dijo tenerle mucha confianza. De la población adulta, 48.3 % mencionó tenerle poca confianza, 25.3 % dijo nada de confianza, y 20.8 % aseguró tenerle mucha.
- **TEPJF:** Entre la población joven, 45.5 % mencionó tener poca confianza en él, 32 % expresó tenerle nada de confianza y sólo 9.9 % dijo tenerle mucha. Por su parte, 41.4 % de la población adulta mencionó tener poca confianza en él, 31.4 % dijo no tener nada de confianza en la institución y 15.3 % aseguró tenerle mucha.
- **FEPADE:** La población joven mencionó en gran medida tenerle poca confianza, con 45.6 %, 26 % expresó tenerle nada de confianza y sólo 15.4 % dijo tener mucha. Las personas adultas mencionaron ampliamente tener poca confianza en ella, 33.4 %, número similar a quienes dijeron no tener nada de confianza en la institución: 33.8 %. Finalmente, 21.2 % aseguró tenerle mucha confianza.
- **Instituto Electoral de la Ciudad de México:** La población joven mencionó en gran medida tener poca confianza en el IECM, 43.9 %, 30 % expresó tener nada de confianza en dicha institución, y sólo 8.9 % dijo tenerle mucha. De la población adulta, 40.8 % mencionó tener poca confianza en él, mientras que 33.3 % dijo tenerle nada de confianza y 9.5 % aseguró tener mucha confianza en el OPLE capitalino.
- **Tribunal electoral de su entidad, TECDMX:** La población joven mencionó como más alta opción tener poca confianza en él, 45.2 %; 29.2 % expresó tenerle nada de confianza, y sólo 8.4 % dijo confiar mucho. Respecto a las personas adultas, 41.5 % mencionaron tener poca confianza en él, 33.2 % dijo tener nada de confianza en la institución, y 12.4 % aseguró tenerle mucha confianza.

Parece que este punto es el más débil de las instituciones electorales nacionales y locales: a pesar de las múltiples reformas a las leyes electorales y de que han ganado autonomía, siguen padeciendo la sombra de un pasado inscrito en un régimen autoritario disfrazado de democracia electoral que no acaba de desvanecerse.



Gráfica 58. ¿Qué tanto confía en la labor de las siguientes instituciones electorales?



## Reflexiones finales

No se pretende sacar conclusiones de un documento con tanta y tan variada información; para lograrlo, sería necesario un esquema de análisis específico por temas y un diálogo más amplio con los actores políticos. Pero, a manera de reflexión preliminar, como una invitación al diálogo con tales actores, se proponen algunas ideas en torno a los resultados que arroja la *Encuesta de cultura política de los jóvenes en la Ciudad de México*.

En primer lugar, no hay que olvidar la importancia del sector de población objeto de este estudio: el grupo etario de 18 a 29 años. Los y las jóvenes tienen un potencial electoral que debe ser tomado en cuenta en forma especial, puesto que muy pronto van a asimilarse a la población adulta y seguirán votando muchos años más. En ese futuro, jugarán un papel importantísimo en el desarrollo democrático de México. Comprender hoy las razones y los obstáculos para que se involucren en acciones relacionadas con la democracia es indispensable para las instituciones encargadas de velar por su futuro.

Entender a la juventud implica conocer cómo vive su relación con las instituciones del poder —las personas gobernantes, las personas candidatas y los partidos—, cómo gestionan sus derechos y expresan sus puntos de vista a través de los nuevos medios a su alcance, cómo se involucran en las redes sociales. Entre las expectativas de las y los jóvenes y las personas adultas frente al poder, es posible identificar cómo gestionan su cultura política y qué tipo de políticas públicas necesitan.

Este informe nos ha permitido observar que, en efecto, existe un desencanto entre jóvenes respecto a la política institucional, pero es un desencanto que comparten con la población adulta. También arroja datos que permiten afirmar que ambos grupos comparten rasgos de cultura política, aun cuando los y las jóvenes tienden a desconfiar y criticar más a las instituciones. Pero tales actitudes críticas no significan desafección, sino ausencia de oportunidades, o, mejor, podríamos describir la situación como una “percepción de falta de oportunidades”; de ahí que tanto jóvenes como personas adultas, tengan tan poco interés en la política. Sin embargo, en una coyuntura electoral intensa, con un candidato altamente competitivo como Andrés Manuel López Obrador, inclusive la población joven se involucró y expresó opiniones con alto contenido afectivo, que mostraban sentimientos fuertes, muchos a favor y otros en contra.

Asimismo, los medios de comunicación han jugado un papel sumamente importante a la hora de decidir el futuro del país, y se tornó necesario comprender cuáles son los recursos de los que dispone la población para informarse y comunicarse entre pares y cómo entiende la comunicación política. Por ello, la encuesta abordó preguntas claves para intentar comprender cuál es la relación de jóvenes y personas adultas con la prensa, la televisión y la Internet.

En este sentido, es sabido que los medios de comunicación muchas veces se han dedicado a disfrazar, ocultar o difuminar la información; sin embargo, el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y las redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube y WhatsApp), ha cambiado el espacio público de una manera radical en unos cuantos años. Sin duda, en el campo de la comunicación, la revolución ha sido producto de factores ajenos al espacio propiamente político: el hecho de que los teléfonos celulares hayan bajado de precio, de tal forma que la población joven y adulta de todos los estratos sociales —ante todo urbanos— tiene acceso a ellos, ha impactado el mundo de la política.

A la accesibilidad económica hay que sumar el desarrollo de aplicaciones que incursionan en todos los ámbitos del conocimiento, del esparcimiento, de la solución de problemas de la vida cotidiana o la comunicación política. Así, el celular ha logrado desarrollar las funciones de una computadora, pero con características mucho más flexibles y de fácil acceso para la investigación, búsqueda, intercambio y difusión de opiniones e información, que son de gran utilidad en la vida cotidiana, no sólo entre jóvenes, sino también entre personas adultas, aunque estas últimas lo utilizan con menor frecuencia.

A pesar de ello, la muestra permitió vislumbrar que las nuevas tecnologías no han desplazado totalmente a la televisión, que sigue siendo un medio de alto alcance socio-político e informativo de gran alcance. Sin embargo, se puede afirmar que la televisión funge más como un medio de entretenimiento que como un medio de información: las telenovelas siguen siendo los programas más populares entre toda la población, y, al menos en el sector juvenil, pocas personas la utilizan para sintonizar noticiarios. Lo mismo ocurre con la radio y el periódico, aunque la población adulta usa más todos estos medios para informarse.

Existe una paradoja: la población habitante de la Ciudad de México ha hecho una gran apuesta por la democracia electoral con un signo progresista, de izquierda —si se piensa la izquierda como la confianza en valores como la igualdad, el respeto de los derechos humanos o la libertad de expresión, entre otros—. Pero, al mismo tiempo, tiene una desconfianza profunda en las instituciones de la democracia, ante todo de los partidos políticos —de los que casi nadie se reconoce como militante—, de los políticos profesionales —sin importar el partido al que pertenezcan—, y de las instituciones electorales —nacionales o locales— encargadas de organizar las elecciones. Ante esto, la pregunta que queda en el aire es: ¿cómo se puede organizar un modelo de democracia con la exclusión de los partidos, de los y las profesionales de la política y de las instituciones que organizan la competencia? En los datos que arroja este estudio se podrán encontrar algunas respuestas a estos problemas.

La pésima imagen que se tenía en 2018 del Gobierno y la administración pública explica, en parte, la lejanía de mucha de la ciudadanía joven respecto a los procesos políticos en el país. Los y las jóvenes percibían la existencia de una crisis política debida a un sistema de partidos corruptos y gobiernos que provocaron inseguridad, impunidad, pobreza y falta de oportunidades para jóvenes. Casi 94 % de población joven valoró negativamente la gestión de Enrique Peña Nieto, lo que en cierta medida explicaría el entusiasmo por un líder como López Obrador, que prometió todo lo contrario, y que había demostrado con los hechos de su mandato en la capital de 2000 a 2006: a pesar de que los resultados de su gobierno en la Ciudad de México no fueron espectaculares, bastó esa pequeña diferencia para demostrar que se puede gobernar de diferente manera que la de otros partidos.

Finalmente, cabe mencionar que la sombra del fraude y de la opacidad no ha dejado de permear la percepción que tiene la población, joven o adulta, de los procesos electorales y las instituciones que organizan las elecciones, como el IECM. Éste sigue siendo un tema de gran interés para quienes estudian la democracia mexicana, a pesar de que no hay evidencias de que tales instituciones hayan estado involucradas recientemente en la manipulación de resultados electorales. Dicha situación puede tener su origen en experiencias de elecciones anteriores y también en la constante exposición de las instituciones electorales ante los medios en situaciones de conflicto, donde ha habido evidencias de abusos de autoridad y de impunidad frente a delitos como la compra del voto o el uso abusivo de recursos públicos para campañas electorales, a pesar de que la persecución de estos delitos y las sanciones que deberían aplicarse a las personas responsables, muchas veces están fuera del alcance de los institutos electorales locales, sobre todo después de la reforma electoral de 2014.

Cuando las cosas salen mal, ¿por qué se desconfía del IECM más que del INE, cuando en realidad el INE es el que dicta los lineamientos de la organización y asume gran parte de la responsabilidad de los comicios? Esta situación puede causar el alto grado de desconfianza que tiene la ciudadanía respecto de las instituciones electorales locales, que vale la pena explorar con mayor detenimiento en futuros estudios.

Apéndice.

## Metodología

### Diseño de la encuesta y selección de la muestra<sup>13</sup>

#### Prueba piloto estandarizada

La primera etapa del diseño del cuestionario se trabajó con entrevistas individualizadas y pruebas realizadas por el propio equipo de investigación. Una vez que se tuvo un cuestionario básico en una versión satisfactoria, se aplicó la encuesta a una muestra disponible de 50 personas en todo el país, incluyendo la Ciudad de México, con el apoyo de personas encuestadoras profesionales.

El objetivo de la prueba piloto fue evaluar la versión preparada “en gabinete” del cuestionario individual, e incluir los ajustes pertinentes antes del levantamiento de la encuesta. El ejercicio se realizó antes de las modificaciones específicas del cuestionario para su aplicación en la capital. El objetivo particular de la prueba piloto fue probar el diseño operativo del cuestionario, con especial atención en:

- la secuencia de la entrevista, verificando pases y filtros;
- la comprensión de la redacción de las preguntas por parte de las personas informantes;
- la adecuada cobertura de las opciones de respuesta consideradas en cada una de las preguntas;
- la identificación de las preguntas que pudieran causar dificultad o desconfianza en las personas informantes;
- captar las respuestas textuales de las personas informantes a las preguntas abiertas, para cerrar opciones de respuesta en algunas de ellas;
- estimar el tiempo promedio del cuestionario.

El ejercicio se realizó del 19 al 21 de mayo de 2018. Se aplicaron 50 entrevistas del módulo individual en cuatro ciudades del país. El principal hallazgo de la prueba piloto fue que la duración promedio del cuestionario individual se estimó en alrededor de 50

<sup>13</sup> Apartado realizado por Javier Suárez Morales, de Berumen y Asociados.

minutos, esto es, 20 minutos arriba de lo proyectado en la propuesta conveniente del estudio. Lo anterior permitió identificar las variables prioritarias a incluir en la versión final del cuestionario, con la finalidad de eliminar preguntas y así lograr que el tiempo de entrevista se acercara a los 30 minutos estimados para el proyecto.

En general, la prueba piloto también confirmó que había interés en la temática de la investigación y que las personas entrevistadas no tuvieron problemas para responder las preguntas: el cuestionario se entendía bien, no había confusión con los temas evaluados. La secuencia de la entrevista fue fluida, ésta era fácil de entender, aunque lenta en las preguntas que incluían baterías, ya que las personas informantes leían las opciones, provocando su distracción y que tuvieran que leer más de una ocasión. Se intentó eliminar estas preguntas, así como usar formatos más sencillos y establecer con claridad los filtros para las que sólo eran válidas para la Ciudad de México, a través de indicaciones para que fuera más ágil la entrevista.

## Diseño y selección de la muestra para la Ciudad de México por Berumen y Asociados

### 1. Diseño de la muestra

En este estudio se definieron distintos dominios para los cuales la encuesta debía proporcionar resultados. Estos fueron:

- Ciudad de México
- Estado de México, metropolitano urbano
- Estado de México, resto
- Guanajuato
- Total del país

Considerando que la encuesta debía ser razonablemente comparable con la realizada en 2012, se tomó como marco de muestreo a la totalidad de las áreas metropolitanas definidas en el documento *Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015*, publicado por el Consejo Nacional de Población.

La primera actividad en el desarrollo de este estudio fue la determinación del tamaño de muestra requerido para dar estimaciones con la precisión y confianza necesarias para el análisis de la información, partiendo de un esquema de selección probabilística de la población, conformada por personas de 18 años y más, y en donde se distinguen dos subgrupos de interés: la población de 18 a 29 años y la población de 30 años y más.

Para la determinación del tamaño de muestra partimos de la siguiente ecuación, que pone en relación la precisión que se necesita con el nivel de confianza deseado:

$$P(|p - \hat{p}| \leq d) = 1 - \alpha$$

A partir de esta relación, se obtiene la ecuación para estimar el tamaño de muestra requerido para una muestra aleatoria simple:

$$n = \frac{p * q * t^2}{d^2}$$

Donde:

- n es el tamaño de muestra estimado
- p es la proporción a estimar
- q es igual a (1-p)
- t<sup>2</sup> es el valor en tablas para la confianza requerida
- d<sup>2</sup> es la precisión deseada para las estimaciones

En estudios como el actual, es necesario considerar el efecto de diseño, dado que el proceso de selección, en varias etapas que tiene implícito el proyecto, conlleva un proceso de conglomeración. Este proceso implica que el muestreo es menos eficiente que el muestreo aleatorio simple y la precisión es menor. De acuerdo con experiencias previas, el efecto de diseño en estudios de este tipo debe variar entre 1.7 y 2 para la mayoría de las variables centrales del estudio.

De acuerdo con las necesidades de información y los niveles de error, se estableció que este estudio debería proporcionar estimaciones con un máximo de 6 % de error, con una confianza del 95 %. A partir de esta información, y sujeto a las restricciones presupuestales, se propuso un tamaño de muestra de entre 500 y 600 entrevistas en cada uno de los estratos del estudio.

Considerando un efecto de diseño de 1.7, un tamaño de muestra de 500 entrevistas permitiría hacer estimaciones con una precisión de 5.7 % y una confianza del 95 %, mientras que, para una muestra de 600 entrevistas, la precisión sería de 5.2 % con el mismo nivel de confianza.

En el dominio de estudio conformado por la Ciudad de México fue posible levantar una muestra de 600 entrevistas, pero éste fue complementario de otras 73 zonas metropolitanas que formaron parte de un estudio paralelo en el Estado de México, Guanajuato y el resto del país.

## 2. Marco muestral

El universo de estudio estuvo conformado por las 74 zonas metropolitanas definidas en el documento *Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015*, publicado por el Consejo Nacional de Población. Un caso especial lo constituye el resto del Estado de México, que estuvo conformado por todos los municipios que no están en las áreas metropolitanas de la entidad. En todos los casos se utilizó la información de los municipios completos para cada una de las zonas metropolitanas del estudio.

Para la selección de la muestra, y a solicitud de El Colegio de México (Colmex), se utilizaron las secciones electorales incluidas en los municipios del estudio. La base de datos con la que se realizó la selección de la muestra corresponde a la que tiene fecha de corte

de abril del 2018. Dicha base contiene el total de secciones electorales (SE) de 74 zonas metropolitanas, definidas como la zona de cobertura de la encuesta.

Se acordó con el Colmex seleccionar una muestra de 445 SE para producir alrededor de 4450 entrevistas completas que, al final del trabajo de campo, tuvieran la siguiente distribución:

- Alrededor de 65 % (2 890 entrevistas) se aplicarán a jóvenes de 18 a 29 años.
- El otro 35 % (1 560 entrevistas), a personas adultas de 30 años y más.

En términos operativos, se buscaría en las viviendas a jóvenes de 18 a 29 años y, en los que se encontraran, se entrevistaría, si existía, a alguna persona mayor de 30 años. Con los anteriores parámetros generales, Berumen diseñó una muestra de hogares a nivel nacional en varias etapas que se describen a continuación:

- 1) En la primera etapa, se seleccionaron 445 secciones electorales distribuidas de acuerdo con el tamaño de muestra establecido para cada dominio de estudio, según se muestra en el siguiente cuadro. La selección en esta etapa se realizó con probabilidad proporcional (PPT) a la lista nominal en cada una de las secciones.

**Número de secciones electorales en muestra en cada dominio de estudio**

Dominio de estudio	Secciones en muestra
Ciudad de México	60
Guanajuato	50
Estado de México, urbano	60
Estado de México, resto	50
Resto del país	225
<b>Total</b>	<b>445</b>

- 2) En la segunda etapa, en gabinete fueron seleccionadas, de manera aleatoria, tres manzanas en cada una de las secciones electorales en muestra.
- 3) La tercera etapa consistió en un “barrido censal” en campo de las manzanas seleccionadas, esto es, todas las viviendas particulares ocupadas que se encontraban dentro de la manzana se consideraban dentro de la muestra. En este barrido se buscaban hogares con población objetivo, con personas de entre 18 y 29 años.
- 4) En la última etapa de muestreo, también en campo, era seleccionada una persona del hogar de entre 18 y 29 años mediante la técnica del próximo cumpleaños. Dado que no había sustitución, si la persona seleccionada no se encontraba en el hogar se intentaba contactarla hasta en tres ocasiones. No hubo sustituciones, por lo que, si después de los intentos la entrevista no se lograba, el hogar se consideraba como uno de “No-respuesta” y se registraba el tipo de “No-respuesta”.

Si se conseguía la entrevista y había otras personas residentes habituales de 30 años o más, se seleccionaba a una de ellas para también entrevistarla; en caso contrario, se asignaba el código de “No-respuesta” correspondiente.



En apego a la distribución de entrevistas acordadas con el Colmex (65 % jóvenes, 35 % personas adultas), en algunos de los hogares sólo se aplicaba el cuestionario individual a los miembros de 18 a 29 años.

Se buscaba que el diseño anterior produjera una muestra global estrictamente probabilística de alrededor de 8900 viviendas particulares ocupadas con población objetivo, con una tasa estimada de "No-respuesta" del orden del 50 %, por lo que se esperaba obtener alrededor de las 4450 entrevistas completas deseadas para el total de la muestra en los dominios de estudio.

### 3. Probabilidades de selección

En la primera etapa de muestreo se seleccionaron, para cada dominio de estudio, secciones electorales (SE) con probabilidad proporcional a la lista nominal. La probabilidad de selección de una SE en cada uno de los dominios de estudio está dada por la siguiente ecuación:

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

Donde:

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

$N_d$  es el tamaño de muestra de secciones electorales en el dominio  $d$

$LN_{di}$  es el total de personas en la lista nominal en la  $i$ -ésima sección en el dominio  $d$

$LN_d$  es el total de personas en la lista nominal en el dominio  $d$

En la segunda etapa de muestreo, se seleccionaron tres manzanas en cada sección electoral en muestra, con lo que la probabilidad de seleccionar la  $j$ -ésima manzana dentro de la  $i$ -ésima sección electoral está entonces dada por:

$$P_{dij} = \frac{3 LN_{dij}}{LN_{di}}$$

En la tercera etapa en campo se realizó un barrido censal en cada una de las manzanas en muestra, por lo que la probabilidad de seleccionar una vivienda en cada manzana en muestra era 1, y la probabilidad de seleccionar a una persona de entre 18 y 29 años en la  $k$ -ésima vivienda está dada por:

$$P_{dik} = \frac{1}{LN_{dij}}$$

Por lo tanto, la probabilidad final de selección de una persona joven dentro de la  $k$ -ésima vivienda con población elegible, de la manzana  $j$  de la  $i$ -ésima SE dentro del dominio  $d$ , está dada por:

$$P_{dik} = \frac{N_d LN_{di}}{LN_d} * \frac{3 LN_{dij}}{LN_{di}} * \frac{1}{LN_{dij}}$$

Este esquema de muestreo resulta en un diseño autoponderado para cada uno de los dominios de estudio, y el inverso de la ecuación anterior es el factor de expansión correspondiente al diseño de muestra para cada persona de 18 a 29 años entrevistada.

Al aplicar los factores de expansión, se logra estimar cada uno de los dominios de estudio en la proporción que existen en la población, y se realizó un ejercicio para calcular ponderadores que permitieran hacer estimaciones con un total que se aproxima al tamaño de muestra, lo que deja ejecutar cálculos más sencillos de interpretar, al no hacer la expansión a la población total.

Para realizar el análisis de información se requiere solamente aplicar el factor de ponderación para cada dominio de estudio, ya que éste dará el peso correspondiente a cada uno de ellos. Esto significa que cada uno de los dominios puede ser analizado de manera independiente o conjuntamente para obtener resultados nacionales.

#### 4. Factores de ajuste por edad y sexo

Los factores de corrección por estructura de edad y sexo nos permiten ajustar la distribución de género y edad en nuestra muestra, para que represente la estructura de la población que, sabemos, existe en nuestros dominios de estudio, gracias a otra fuente de información. Como una parte del factor de ponderación, las estructuras por edad y sexo resultantes de la encuesta se ajustaron de acuerdo con los datos de la *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares 2016*, que es una fuente de información reciente y suficiente para ese ajuste, de manera que se representara la estructura de hogares en donde hay población de 18 a 29 años.

En los siguientes cuadros, se presentan los factores de ajustes para la Ciudad de México.

**Factores de ajuste por edad y sexo para la Ciudad de México**

Grupo de edad	Hombre	Mujer
18-19	0.50	0.49
20-24	0.72	0.91
25-29	0.51	0.72
30-39	1.63	2.25
40-49	1.19	1.67
50-59	1.63	2.94
60 y más	2.33	4.73

Con los ajustes mencionados, las estructuras de la población que reside en viviendas donde habita alguna persona entre los 18 y 29 años tienen una distribución porcentual de acuerdo con el siguiente cuadro.

Distribución porcentual de la población de 18 años y más  
en el área metropolitana de la Ciudad de México

Grupo de edad	Hombre	Mujer	Total
18-19	4.1 %	3.6 %	7.7 %
20-24	10.1 %	10.4 %	20.5 %
25-29	8.8 %	10.4 %	19.2 %
30-39	6 %	4.2 %	10.3 %
40-49	6.7 %	10.3 %	16.9 %
50-59	6.8 %	9.4 %	16.3 %
60 y más	3.7 %	5.4 %	9.1 %
<b>Total</b>	<b>46.3%</b>	<b>53.7%</b>	<b>100%</b>

# Fuentes

- CÓRDOVA, Lorenzo, Julia Flores, Omar Alejandro y Salvador Vázquez, *El déficit de la democracia en México. Encuesta nacional de cultura política*, Ciudad de México, UNAM, 2015.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia (coord.), *La cultura política de los jóvenes*, CDMX, Ciudad de México, El Colegio de México, 2017.
- \_\_\_\_\_, *Lo que ven otros ojos: Las elecciones en México 1988-2009*, Ciudad de México, TEPJF, 2011, en <[https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos\\_libros/Lo%20que%20ven%20los%20ojos.%20Las%20elecciones%20en%20Me%CC%81xico%201988-2009.pdf](https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos_libros/Lo%20que%20ven%20los%20ojos.%20Las%20elecciones%20en%20Me%CC%81xico%201988-2009.pdf)>.
- HERAS, Leticia, Oniel Francisco Díaz Jiménez y Ramiro Medrano González (coords.), *Partidos políticos, campañas electorales y redes sociales en lo local: Elecciones 2015 en el Estado de México*, Ciudad de México, Fontamara, 2017.
- TEJERA, Gaona, "Participación y cultura: la comparación entre jóvenes y adultos", en Silvia Gómez Tagle (coord.), *La cultura política de los jóvenes*, CDMX, Ciudad de México, El Colegio de México, 2017.

La publicación electrónica de *La cultura política de los y las jóvenes en la Ciudad de México 2018* concluyó el 17 de septiembre de 2021. El cuidado de la edición estuvo a cargo de Ricardo Raúl Benítez Estrada, analista corrector de estilo. Se utilizaron las fuentes tipográficas Frutiger y Montserrat.

Instituto Electoral de la Ciudad de México  
Huizaches 25, colonia Rancho Los Colorines,  
Tlalpan, 14386, Ciudad de México

[www.iecm.mx](http://www.iecm.mx)

