



**IIEG**

Instituto de Información  
Estadística y Geográfica  
de Jalisco



## **Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021**

**Fecha de publicación: 30 de agosto de 2021**



## Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021

### Nota metodológica

#### Diseño conceptual

El objetivo de este ejercicio es conocer el impacto y utilidad de la comunicación de los partidos políticos (propaganda electoral) en los resultados electorales

#### Unidad de observación

Personas mayores de 18 años que habitan en Jalisco.

#### Cobertura geográfica

El sondeo se diseñó para generar información a nivel estatal para Jalisco

#### Muestra

El levantamiento se realizó del 22 de junio al 15 de julio de 2021 a través de Encuesta Fácil, la cual fue publicitada a través de las redes sociales del Instituto, como Facebook y Twitter, por lo que **la muestra no es probabilística y no es representativa de los hogares de Jalisco. Sólo refleja la opinión de quienes contestaron la encuesta.** El cuestionario estaba restringido para ser contestado sólo una vez desde una misma IP, con el fin de captar varios participantes por hogar. **La encuesta fue respondida por 325 personas.**

#### Cobertura temática

El ejercicio se divide en los siguientes temas:

- Información sociodemográfica.
- Elecciones.
- Campaña electoral.

## Resultados de la encuesta

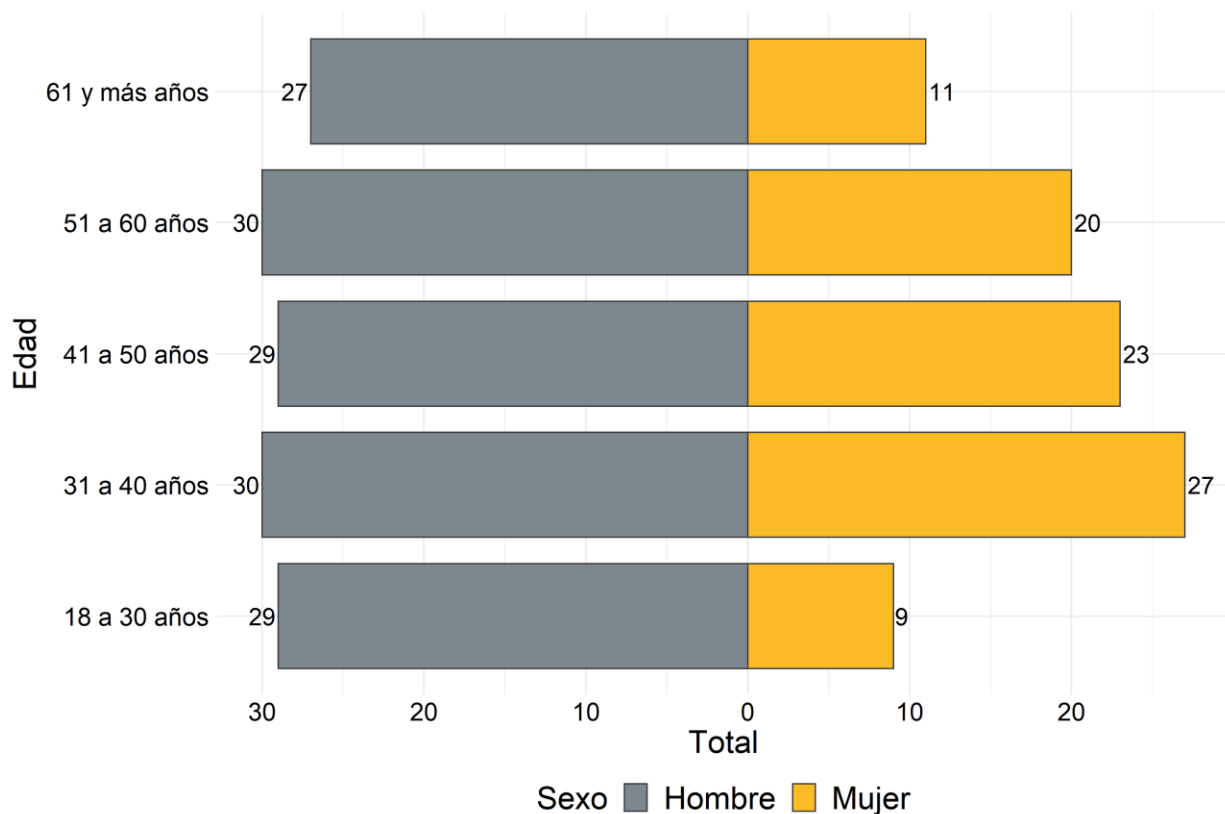
A continuación, se presentan los resultados obtenidos del sondeo en dos secciones: información sociodemográfica, elecciones y campaña electoral.

### 1. Información sociodemográfica

#### 1.1. Sexo y edad

La encuesta obtuvo una participación principalmente masculina, ya que el 61.7% de los que respondieron fueron hombres y el 38.3% mujeres. Por grupos de edad, en los hombres, la respuesta respecto a los grupos de edad fue homogénea, sin sobresalir algún rango; en las mujeres, hubo más participación en el rango de edad de 31 y 40 años, la participación fue menor en las mujeres de 61 años o más y en el rango de 18 a 30 años.

**Gráfica 1. Pirámide poblacional de las personas que respondieron el cuestionario**

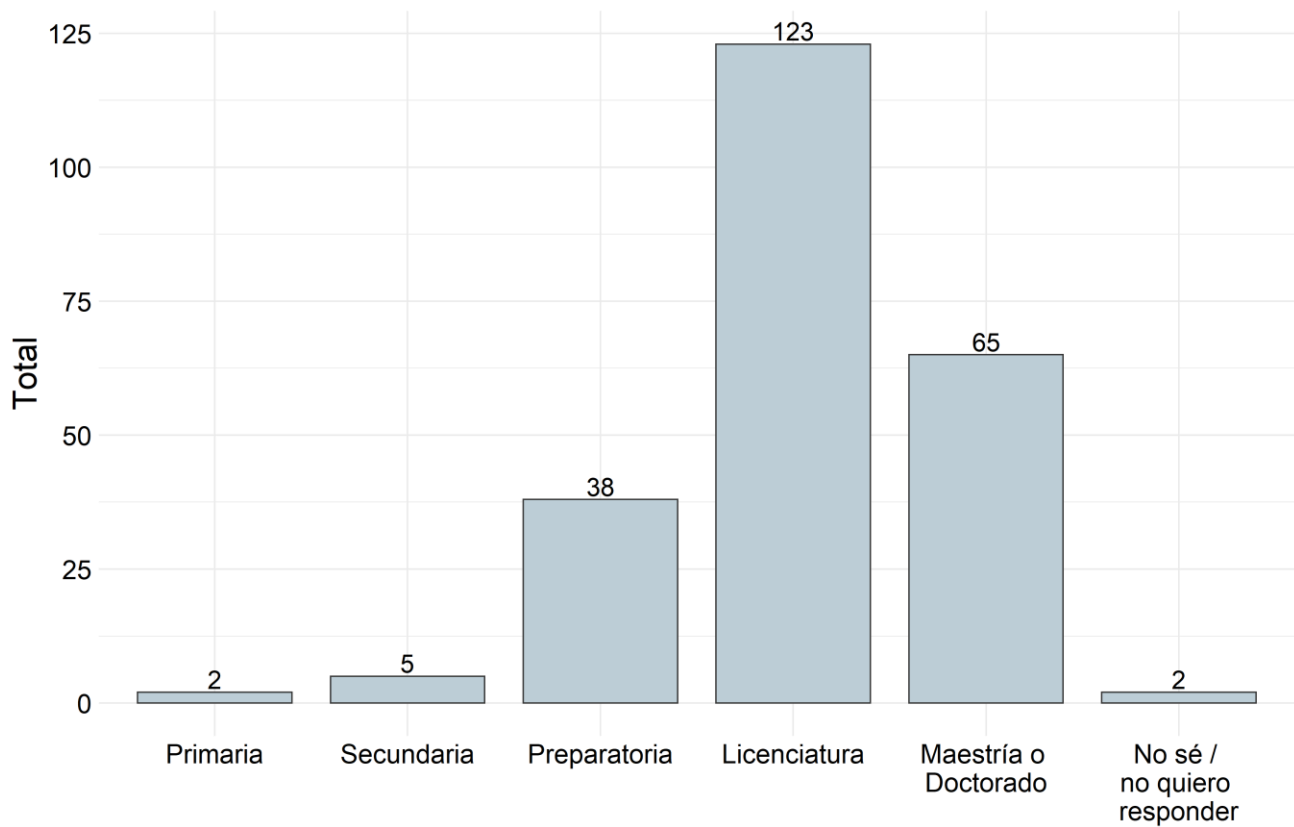


**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

## 1.2. Último nivel de estudio cursado

Respecto al grado de estudios de los encuestados, el 52.3% de las personas finalizó la licenciatura, mientras que el 27.7% concluyó una maestría o doctorado; en tercer lugar, el 16.2% tuvieron como último grado de estudios la preparatoria, solo el 2.1% finalizó la secundaria y el 0.9%, la primaria.

**Gráfica 2. Nivel de estudios de las personas que respondieron el cuestionario**

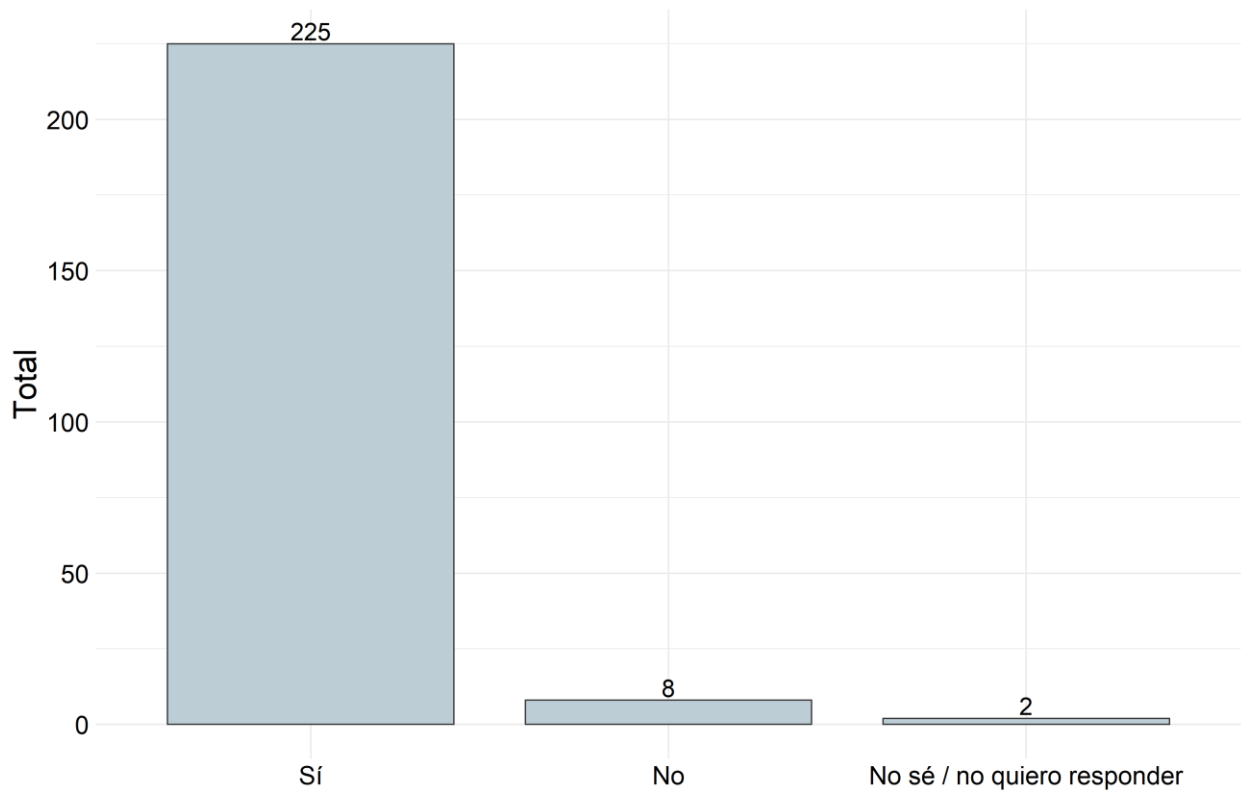


**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

## 2. Elecciones

Del total de las personas que contestaron el cuestionario, el 95.7% respondió que votó en las elecciones del 6 de junio de 2021; solo el 3.4% de los encuestados no votaron en las elecciones y el 0.9% no quiso responder a la pregunta.

**Gráfica 3. ¿Votó en las elecciones del 6 de junio?**



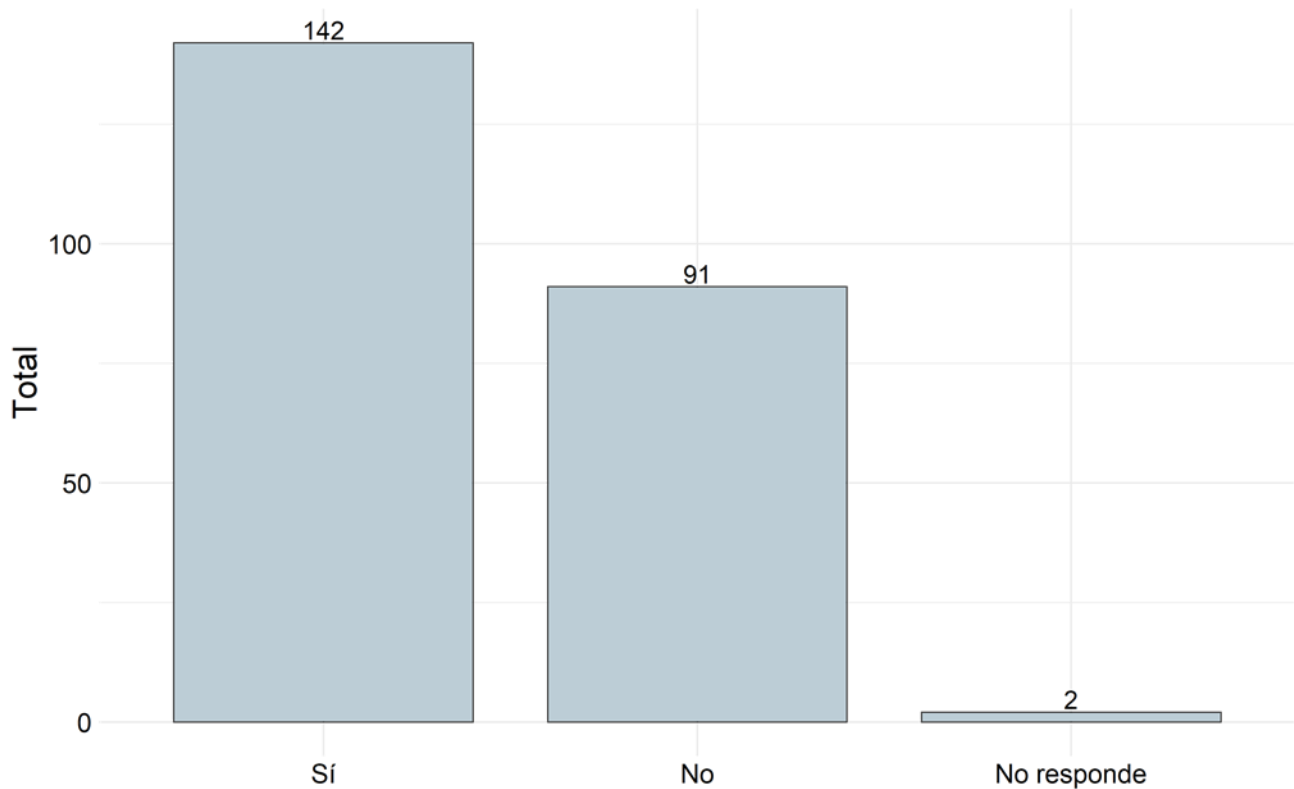
**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

### 3. Campaña electoral

#### 3.1. Identificación de los candidatos

El 60.4% de las personas que respondieron el cuestionario, dijo haber ubicado a la mayoría de los candidatos del distrito electoral al que pertenecen, mientras que el 38.7% mencionó que no ubicó a la mayoría de los candidatos; solo 2 personas no respondieron a esta pregunta.

**Gráfica 4. Durante la campaña electoral, ¿Ubicó a la mayoría de los/as candidatos/as de su distrito electoral?**

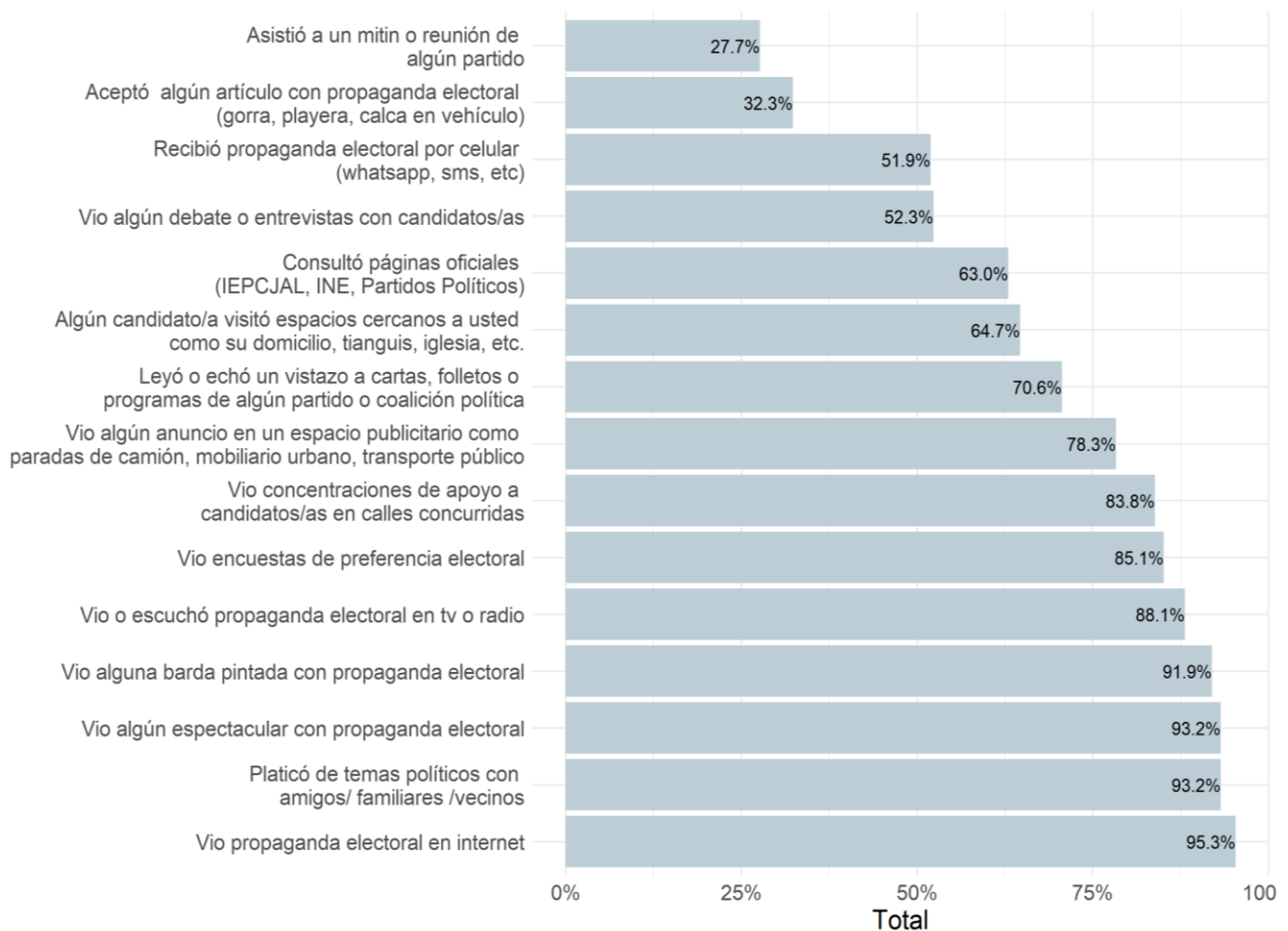


Fuente: IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

### 3.2. Comunicación o participación en las campañas electorales

De las personas que respondieron la encuesta, más del 90% vio propaganda electoral en internet, platicó de temas políticos con amigos, familiares o vecinos, vio algún espectacular con propaganda electoral o vio alguna barda pintada con propaganda electoral. Las formas de comunicación o participación en las campañas electorales en la que menos personas se vieron involucradas fueron la asistencia a mítines o reuniones de algún partido político (27.7%) y solo el 32.3% de las personas que respondieron el cuestionario aceptaron algún artículo con propaganda electoral.

**Gráfica 5. Durante la pasada campaña de las elecciones del 6 de junio, Ud....**



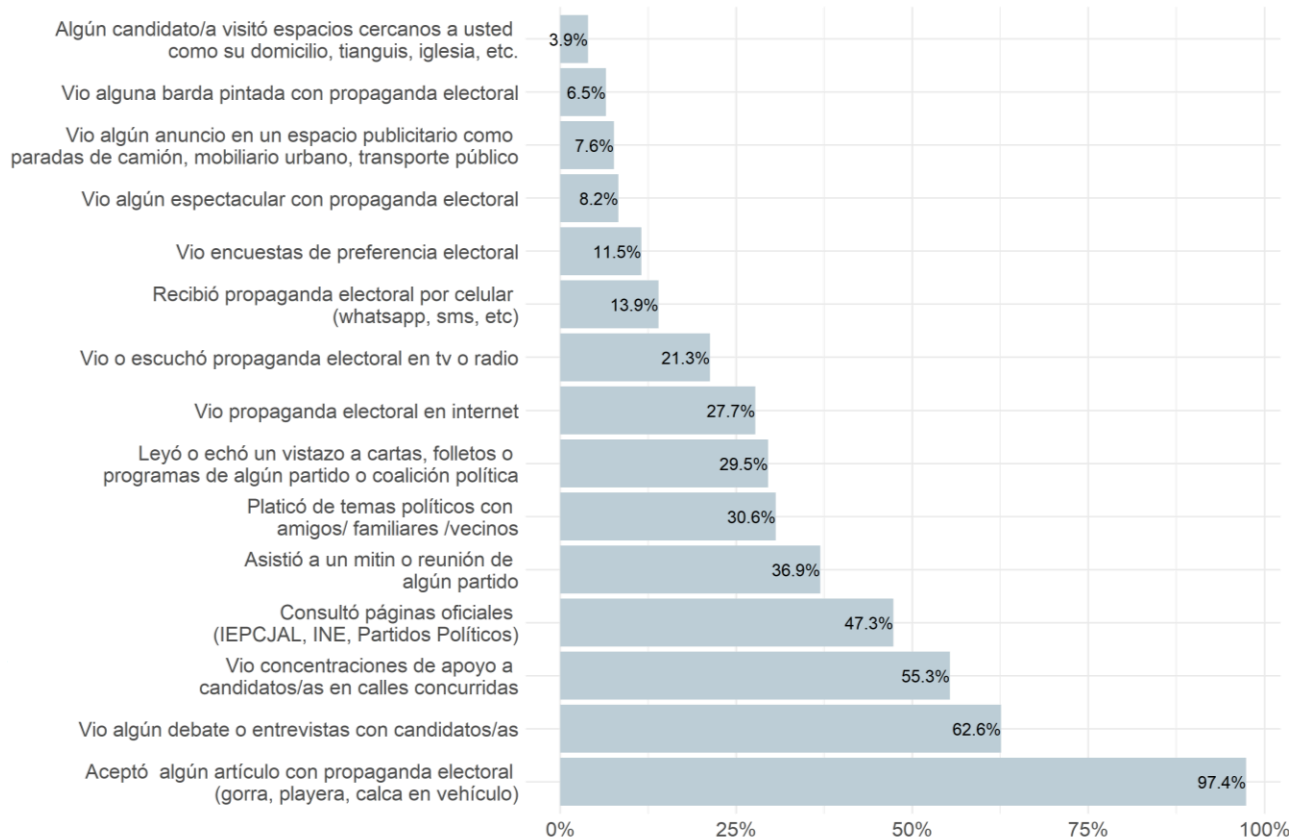
**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

**Nota:** El encuestado pudo responder afirmativamente a una o más opciones, por lo que la suma de los porcentajes no suma el 100.0%.

Tomando en cuenta solo a los encuestados que respondieron afirmativamente a cada una de las formas de comunicación o participación electoral mencionadas en el apartado anterior, en la siguiente gráfica se muestra si alguna influyó en su decisión de voto.

Del total de personas que aceptaron algún artículo con propaganda electoral, en el 97.4% de los casos influyó en su decisión de voto; el segundo mecanismo de comunicación más efectivo fueron los debates o entrevistas con candidatos/as, pues de las personas que los vieron, en el 62.6% de los casos influyó en su decisión de voto. De las personas que vieron alguna barda pintada con propaganda electoral, solo el 6.5% de ellas dijo sentirse influidas en la decisión de voto; la forma de comunicación menos efectiva para influir en la decisión de voto de las personas encuestadas fue la visita de algún candidato a espacios cercanos a ellos, como su domicilio, tianguis, etc., ya que de las personas que respondieron afirmativamente, solo influyó en su decisión de voto en el 3.9% de los encuestados.

**Gráfica 6. Influyó en su decisión de voto cuando...**  
(Encuestados que respondieron afirmativamente en la pregunta anterior )



**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

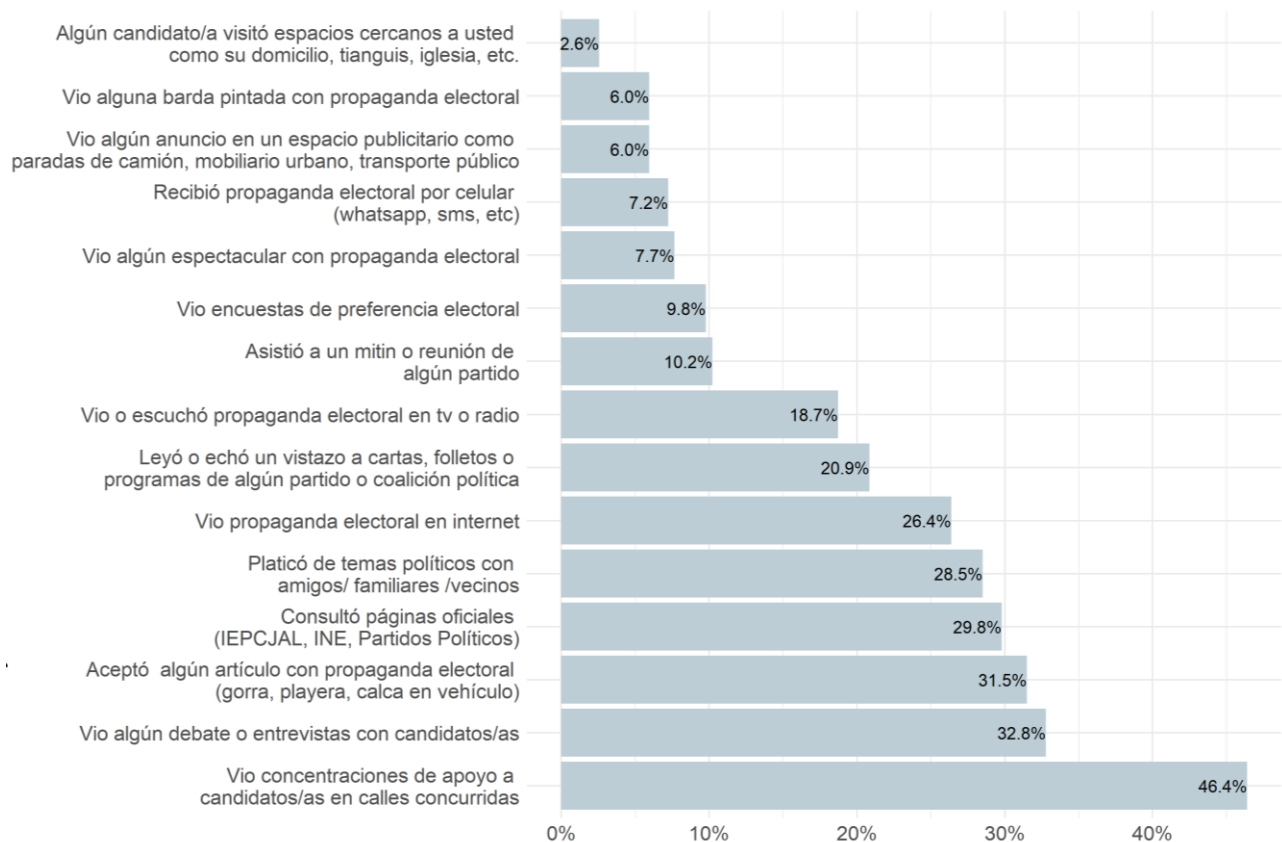
**Nota:** El encuestado pudo responder afirmativamente a una o más opciones, por lo que la suma de los porcentajes no suma el 100.0%.



Tomando en cuenta a todos los encuestados que respondieron la encuesta, en la siguiente gráfica se muestra el porcentaje de personas que fueron influenciadas en su decisión de voto por cada una de las formas de comunicación o participación electoral mencionadas en el apartado anterior.

La forma de comunicación electoral con más alcance en las personas que respondieron la encuesta fueron las concentraciones de apoyo a candidatos o candidatas en las calles, pues influyó en la decisión de voto 46.4% de los encuestados; le siguieron los debates o entrevistas con candidatos o candidatas, con 32.8% y aceptar algún artículo con propaganda electoral con 31.5%. Los mecanismos de comunicación electoral con menor alcance para influir en el voto de las personas que respondieron la encuesta fueron las visitas de candidatas y candidatos a lugares cercanos a los domicilios de la ciudadanía (2.6%), así como las bardas pintadas con propaganda electoral y los anuncios en espacios publicitarios como paradas de camión, mobiliario urbano, transporte público, con un 6.0% de influencia respectivamente.

**Gráfica 7. Influyó en su decisión de voto cuando ...  
(Respecto al total de encuestados)**



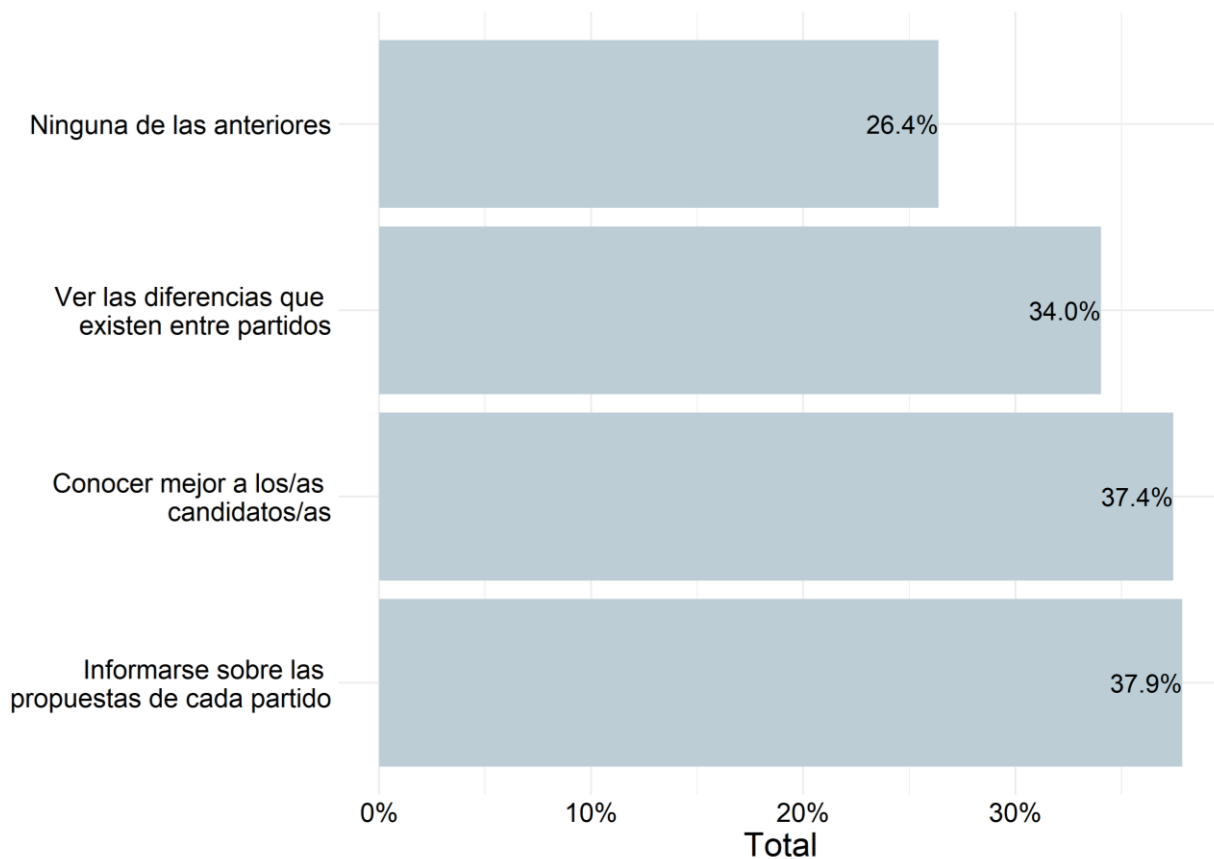
**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

**Nota:** El encuestado pudo responder afirmativamente a una o más opciones, por lo que la suma de los porcentajes no suma el 100.0%.

### 3.3. Utilidad de las campañas electorales

El 37.9% de las personas que respondieron el cuestionario, dijo que lo que vio o escuchó durante las campañas electorales le sirvió para informarse sobre las propuestas de cada partido, al 37.4% de los encuestados la campaña electoral le sirvió para conocer mejor a los/as candidatos/as y el 34.0% respondió que le sirvió para ver las diferencias que existen entre partidos. Por otra parte, el 26.4% de las personas encuestadas respondió que las campañas electorales no le sirvieron para ninguna de las opciones anteriores.

**Gráfica 8. De manera general, lo que vio y escuchó durante la campaña electoral le sirvió para...**



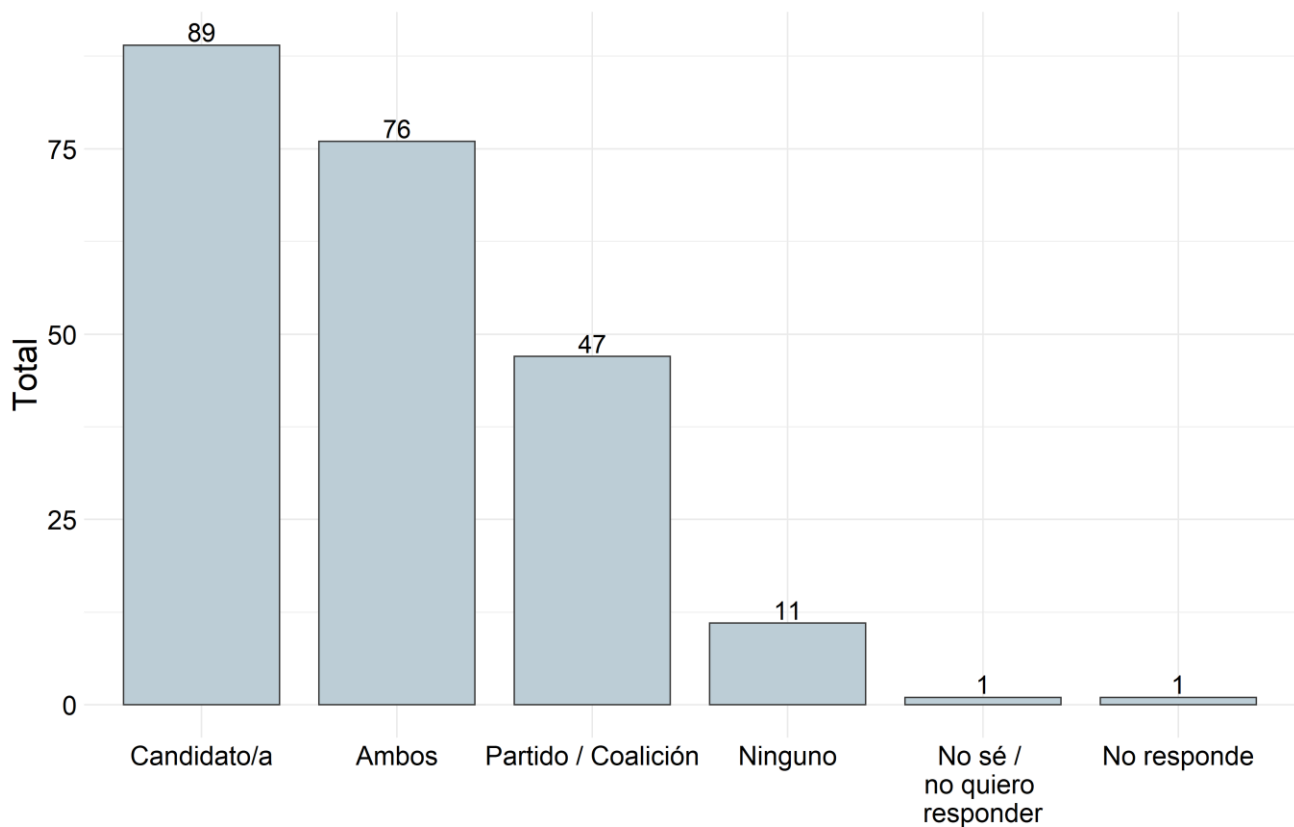
**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

**Nota:** El encuestado pudo responder afirmativamente a una o más opciones, por lo que la suma de los porcentajes no suma el 100.0%.

### 3.4. Importancia de los partidos y candidatos en las elecciones

Para el 39.6% de las personas que respondieron el cuestionario y votaron en las elecciones del 6 de junio de 2021, consideró que el candidato o candidata era más importante que el partido o coalición, mientras que el partido o coalición fue más importante para el 20.8% de las personas encuestadas y que votaron. El 33.7% de los encuestados que votaron en las elecciones consideraron importante tanto el candidato/a como el partido o coalición, mientras que el 4.8% contestaron que ninguna de las dos opciones fue importante en su decisión de voto.

**Gráfica 9. Al momento de votar, ¿qué consideró más importante?**



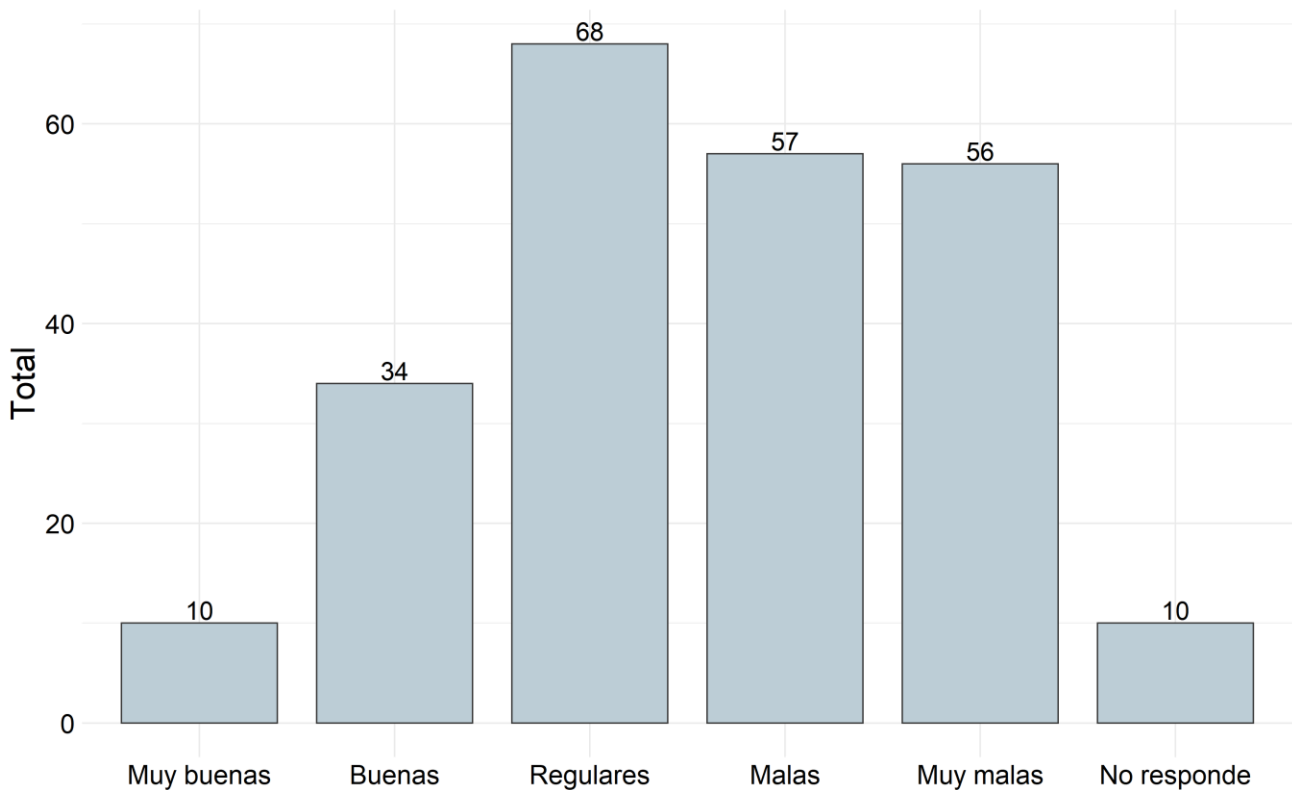
**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.

**Nota:** Para esta pregunta, solo se toman en cuenta a las 225 personas que respondieron el cuestionario y sí votaron en las elecciones del 6 de junio de 2021.

### 3.5. Opinión sobre las campañas electorales

De las personas que respondieron la encuesta, el 48.1% opinó que las campañas electorales fueron malas o muy malas, en cambio, al 14.5% les pareció que fueron buenas y el 4.3% las consideró muy buenas. 28.9% de los encuestados pensó que las campañas electorales fueron regulares. Un 4.3% de las personas que contestaron la encuesta no respondieron a esta pregunta.

**Gráfica 10. En términos generales, ¿qué opinión tuvo de las campañas electorales?  
Respuesta de las personas encuestadas**



**Fuente:** IIEG, Sondeo sobre percepción de la comunicación electoral 2021.