

Análisis del Abstencionismo y voto nulo en el Proceso Electoral de San Pedro Cholula 2010

Yadira Fernández Madrid¹
Angélica Mendieta Ramírez²
Jorge Luis Castillo Durán³

El municipio de San Pedro Cholula se localiza en la parte del centro-este, del estado de Puebla, Tiene una superficie de 51.03 kilómetros cuadrados, que lo ubica en el lugar 169 con respecto a los demás municipios del estado, actualmente cuenta con todos los servicios tanto de comunicación como de educación y salud, su principal actividad económica es el turismo ya que el municipio es conocido nacional e internacionalmente por haber sido un centro ceremonial histórico de las culturas prehispánicas. Dentro de las actividades industriales más importantes del municipio están la elaboración de sidra y productos alimenticios, la fabricación de tabiques, ladrillos y tejas de arcilla, (Gobierno del estado de Puebla, 2010).

El municipio de San Pedro Cholula cuenta con 46 secciones electorales que quedan concentradas en 13 juntas auxiliares las cuales son: El Centro (integrado por 7 barrios, Sta. María Xixtla, Casa Cultura y el Centro) San Juan Tlautla, Tepalcatepec, San Cosme Textintla, Santa Bárbara, San Matían Coyontla, San Diego Cuachayotla, San Cristobal Tepontla, San Francisco Cuapan, Mananitiales, Santiago Momoxpan, San Gregorio Zacapecpan, Sta. María Acuexomac (IEE, Puebla, 2010)

La referencia geográfica en cuanto a las 46 secciones indica que 2 son de tipo urbana y que a lo largo y ancho de este municipio se colocan 139 casillas, en la referencia electoral hay un coordinador municipal, 2 representantes ante el consejo municipal, 26 representantes generales, 278 (1 propietario y un suplente)

¹ Maestra en Comunicación Estratégica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² Doctora en Sociología por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México), Estancia Posdoctoral: Educación (CONACYT), Miembro del SNI (Sistema Nacional de Investigadores), Experto en Comunicación Interna y Externa en las Organizaciones (España), Profesora-Investigadora de la BUAP-Facultad de Ciencias de la Comunicación, Miembro del Cuerpo Académico: Comunicación Política.

³ Doctor en Desarrollo Regional. Profesor Investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Integrante del Cuerpo Académico “Comunicación Política”.

representantes ante la mesa directiva de casilla, lo cual registra un total de 307 personas que coordinan las elecciones en este municipio (IEE, Puebla, 2010).

Para el análisis de este estudio es necesario tomar en cuenta la manera en que están distribuidas las 13 juntas auxiliares, así como el número de ciudadanos que se encuentra en la lista nominal.

Tabla 6 Lista Nominal de San Pedro Cholula

SECCION	LUGAR	LISTA NOMINAL
1800	Barrio Santiago	1855
1801	Barrio Santiago	1541
1802	Barrio Jesús	1692
1803	Barrio Jesús	2354
1804	Barrio Jesús	1683
1805	Barrio Santiago	1761
1808	Barrio San Juan	1033
1807	Barrio San Juan Cerrito Guadalupe	1962
1810	Sta. María Xixtla	1027
1815	Sta. María Xixtla	1829
1816	Sta. María Xixtla	1975
1817	Sta. María Xixtla	1576
1818	Sta. María Xixtla	2691
1814	Barrio San Pablo Tecama	795
1819	Barrio San Pablo Tecama	1308

1811	Barrio Sto. Entierro (San Miguel)	1318
1812	Barrio Sto. Entierro (San Miguel)	1898
1820	Barrio la Magdalena	2604
1821	San Juan Tlautla	2134
1822	Tepalcatepec	1534
1823	San Cosme Textintla	1315
1824	Santa Bárbara	3036
1825	San Matías Cocoyotla	1253
1826	San Matías Cocoyotla	2171
1827	San Matías Cocoyotla	1753
1828	San Diego Cuachayotla	1766
1829	San Diego Cuachayotla	1593
1830	San Cristóbal Tepontla	2588
1831	San Cristóbal Tepontla	1835
1832	San Francisco Cuapan	1024
1833	San Francisco Cuapan	1262
1834	Manantiales	1168
1835	Manantiales	813
1836	Ampliación Momoxpan	1038
1837	Santiago Momoxpan	1300
1838	Santiago Momoxpan	1447
1839	Santiago Momoxpan	3656
1840	Santiago Momoxpan	6836
1841	San Gregorio Zacapecpan	1427

1842	San Gregorio Zacapechpan	1612
1843	San Agustín Calvario	1884
1844	Sta. María Acuexcomac	1430
1845	Sta. María Acuexcomac	1484
1809	Casa Cultura	929
1806	Centro	927
1813	Centro	873
	Total de Ciudadanos registrados en el Padrón	80990

Fuente: (IEE, Puebla 2001, 2004, 2007, IFE, 2009)

El estudio se centra en este municipio debido a que en los últimos comicios llevados a cabo en 2009, para elegir a diputados federales se registro un 70% de abstencionismo electoral. En las tres últimas votaciones para la elección de presidente municipal, celebradas en los años 2001, 2004 y 2007, de igual manera se registra un abstencionismo electoral del 59%, (IEE, Puebla 2001, 2004, 2007, IFE, 2009).

En las elecciones de 2007 en donde se eligió al mandatario municipal, el PRI obtuvo la mayoría de votos obteniendo un 37.9 %, lo equivalente en total de la población a 9, 822 habitantes, seguido del PAN con un total de votación del 30.4%, equivalente a 7,888 personas que se inclinaron por ese partido, y el PRD obtuvo un 3.6%, equivalente a 930 personas (Indicadores S.C. 2010)

A pesar de la baja participación de este municipio, las tres últimas elecciones para elegir a presidentes municipales, ha obtenido la victoria el PRI por una notoria diferencia, lo que indica que San Pedro Cholula ha estado gobernado por dicho partido, el actual presidente municipal es Francisco Andrés Covarrubias Pérez.

Sin embargo en 2010, no sólo los ciudadanos de San Pedro Cholula tuvieron que elegir a su presidente municipal, sino también al gobernador del Estado, presentando una diferencia en cuanto a la participación de todo el estado, adelante se ahondará más en este tema. La gráfica siguiente muestra el análisis electoral que se ha llevado a cabo en las elecciones municipales y que incluye las elecciones federales.

Tabla 7 Análisis Electoral de San Pedro Cholula

AÑO	LN	% +	VT	% RES LN	ABS	%RES LN	NULOS	RES VT
2001	58,105		25,934	45%	32,171	55%	719	3%
2004	66,293	14%	32, 341	49%	33,952	51%	969	3%
2007	74,996	13%	31,011	43%	43,085	57%	1,265	4%
2009	79,645	6%	22,048	28%	57,597	72%	3,183	10%

Fuente: IEE 2001, 2004, 2007. Ayuntamientos IFE 2009. Diputados.

LN: Lista Nominal

%+: Crecimiento

VT: Votos Totales

ABS: Numero de Abstencionistas

NULOS: Número de Votos Nulos

La gráfica anterior muestra que en las elecciones federales la participación tuvo un descenso considerable a pesar de que finalmente la población decidió

seguir siendo gobernada por el PRI, lo cual indica que los factores que determinan el abstencionismo electoral en este municipio fueron aumentando.

Además otro punto a destacar es que el número de votos nulos en las elecciones federales alcanzó un 10%, lo cual habla del posible desgaste o hartazgo por parte de los ciudadanos de este municipio, situación que fue necesario tomar en cuenta para llevar a cabo una adecuada estrategia para las elecciones 2010, debido a que el 2009 arrojó indicadores importantes, respecto al descenso en la participación electoral en el municipio de San Pedro Cholula.

Impacto de las Campañas a Gobernador en San Pedro Cholula

En el 2010 no solo se llevaron a cabo elecciones para las diputaciones y las presidencias municipales de los 217 municipios de la entidad poblana sino que también se eligió a gobernador, lo mismo que en 14 estados más de la República: Chihuahua, Sinaloa, Durango, Tamaulipas, Aguas Calientes, Zacatecas, Veracruz, Tlaxcala, Oaxaca y Quintana Roo. Los estados que tuvieron elecciones de diputados y ayuntamientos fueron: Baja California, Chiapas y Yucatán y finalmente Hidalgo, quien llevo a cabo elecciones para gobernador y diputados.

Durante la contienda electoral de Puebla en 2010, la expectativa giraba en torno a que la imagen deteriorada del gobernador Mario Marín Torres, debido al escándalo que marcó su trayectoria política y seguramente personal (Marín-Cacho). Sin embargo y en ese mismo sentido, la contraparte marcaba que el PRI estaba más que fortalecido toda vez que Marín había salido triunfante de este excepcional escándalo al continuar en el poder y al obtener su partido un triunfo contundente durante la elección federal del año 2009.

Para continuar la trayectoria del PRI (Alianza Puebla Avanza) se presentó como candidato Javier López Zavala quien se había desempeñado como Secretario de gobernación y antes de ser candidato fungía como Secretario de desarrollo social.

Las principales propuestas de López Zavala fueron: útiles y uniformes escolares gratis, becas, creación de la banca de la mujer (créditos), quitar el pago de tenencia, construcción de la autopista Puebla- Estado de México, mejor salario para el cuerpo de seguridad, implementación de juicios orales, reforma al Tribunal Superior de Justicia

Por su parte Rafael Moreno Valle, candidato del PAN (Coalición compromiso por Puebla) quien políticamente surgió del PRI, se ha desempeñado como Secretario de Finanzas, diputado federal y senador de la república, los dos primeros cargos como militante del PRI y el tercero como militante del PAN.

Entre las principales propuestas de Moreno Valle estuvieron incrementar la eficiencia del servicio de agua potable, drenaje y energía eléctrica en zonas rurales, becas de la secundaria a la universidad, computadoras portátiles a los mejores promedios, reembolso de medicamentos, un CRIT Teletón para apoyo a las personas con capacidades diferentes, apoyo a migrantes, construcción del metro-bus, impulso al ecoturismo, construcción de la carrera de Metepec a Milpa Alta, fondos de garantía para micro, pequeñas y medianas empresas, implementación del crédito a la palabra de la mujer, otorgamiento de un tractor por cada 10 hectáreas, apoyo a artesanos y la creación de la fiscalía especializada para atender delitos contra la mujer, capacitación y equipamiento para quienes brindan la seguridad pública.

El ambiente político comenzó a subir de tono cuando a finales de 2009 el gobernador del estado dice que por cuestiones convenientes al estado se adelantarían las elecciones, lo que genera un ambiente hostil y vulnerable entre los candidatos a la gubernatura de Puebla con mayor fuerza en la entidad, incluyendo al representante del PRD, quienes se enfrentaron en un debate que se llevó a cabo en las instalaciones del Complejo Cultural Universitario en donde se plantearon las plataformas políticas de los tres candidatos con el único objetivo de brindar a los ciudadanos información para que ejercieran su voto con los elementos suficientes y bajo el derecho que todo ciudadano tiene al estar enterado de las propuestas de los candidatos de los partidos políticos (Valerio, J. 2010).

De esta manera se llevo a cabo el debate que tenía como moderador a Juan Carlos Valerio, conductor del noticiero local de Tv Azteca. Dicho debate se transmitió en todas las estaciones y canales de la entidad y operó bajo una dinámica de 5 intervenciones por cada candidato, la primera fase fue de presentación, en la segunda intervención se enfocaron a los temas sociales, después a la propuesta económica, luego al ejercicio de gobierno para finalmente cerrar con un tema libre, para cada intervención se contó con un límite de tiempo de 3 minutos.

A pesar de que una de las reglas fue que quedaba estrictamente prohibido el uso de palabras o señas que pudieran ofender a la persona de otro candidato, el espacio fue aprovechado por Javier López Zavala para agredir a Moreno Valle y viceversa.

Diseño Muestral

Este estudio pretende analizar a fondo si los medios audiovisuales influyeron para que los ciudadanos de San Pedro Cholula se abstuvieran de votar o anularan su voto en el proceso electoral 2010 para elegir a su presidente municipal. Para lo anterior se utilizó un estudio cuantitativo, mediante la aplicación de un instrumento de medición, el cuestionario.

De acuerdo al informe más reciente de las estadísticas del INEGI, con respecto a la celebración del día mundial de la población en 2008, se registra que el estado de Puebla tiene un total de 5.6 millones de personas. Para este estudio se tomará como referencia el municipio de San Pedro Cholula, el cual según datos obtenidos del IEE (Instituto Estatal Electoral) cuenta con un total de 115 mil habitantes, de los cuales 81 mil corresponden a la lista nominal actual, es decir, que esta cantidad se refiere al número de habitantes que cuentan con credencial de elector y estarían en potencia de votar.

A continuación se realizará el proceso que arrojará el número de cuestionarios que se aplicarán en el municipio de San Pedro Cholula, el cual tiene 115 mil habitantes, de los cuales 80 mil 990, corresponden a electores, es decir, ciudadanos en potencia de votar (mayores de 18 años con credencial para votar).

Tomando en cuenta que el universo para esta investigación es de 80990 personas:

$$N = \frac{1.96^2 pqN}{S^2 [(N-1) + 1.96^2 (pq)]}$$

$$N = \frac{(3.84)(50)(50)(80990)}{5^2 (80990-1) + 3.84 (2500)}$$

$$N = \frac{(3.84)(2500)(80990)}{25(80989) + 9600}$$

$$N = \frac{777600000}{2264975}$$

$$N = 343$$

$$N = 343$$

$$N = 343$$

$$N = 343$$

N= 343

En base el resultado arrojado por la fórmula anterior se determinó la aplicación de 343 cuestionarios en el municipio de San Pedro Cholula, el objetivo de aplicar un enfoque cuantitativo es saber si realmente los medios audiovisuales influyeron para que esta población se abstuviera de votar o anulara su voto. La aplicación de este instrumento determinará también el nivel de educación, sexo, edad y la percepción que la ciudadanía tiene del manejo de los medios audiovisuales. Los resultados anteriores brindarán un contexto más amplio de las características de los votantes en este municipio.

Tabla 9 Distribución de Cuestionarios Aplicados en San Pedro Cholula (Zona Centro)

LUGAR	TOTAL DE POBLACIÓN	PORCENTAJE	CUESTIONARIOS A APLICAR
Barrio de Santiago	3396	4.2%	14
Barrio de Jesús	5729	7.1%	24
Barrio Santiago	1761	2.1%	7
Barrio San Juan	2905	3.5%	15
Barrio San Pablo Tecama	2103	2.6%	9
Barrio Sto. Entierro	3216	4%	14
Sta. Ma. Xixtla	9198	11.3%	39
Barrio la Magdalena	2604	3.2%	11
Casa Cultura	929	1.2%	4
Centro	927	1.2%	4
Centro	873	1.4%	5
Total	33641	41.8%	146

Fuente: Elaboración Propia

Para abarcar a todo el municipio de San Pedro Cholula, las encuestas serán aplicadas en las 13 juntas auxiliares y el Centro del municipio, al cual lo conforman la casa cultura y los barrios), la tabla anterior muestra el numero de encuestas aplicadas en la Zona Centro del Municipio de San Pedro Cholula. En lo que respecta a las juntas auxiliares el número de encuestas aplicadas quedará en base a la siguiente información.

Tabla 10 Distribución de Cuestionarios Aplicados en San Pedro Cholula (Juntas Auxiliares)

LUGAR	TOTAL DE POBLACIÓN	PORCENTAJE	CUESTIONARIOS A APLICAR
San Juan Tlautla	2134	2.6%	9
Tepalcatepec	1534	1.9%	6
San Cosme Textintla	1315	1.6%	5
Santa Bárbara	3036	3.7%	12
San Matías Coyotla	5177	6.4%	22
San Diego Cuachayotla	3359	4.1%	14
San Cristóbal Tepontla	4423	5.5%	19
San Fco. Cuapan	2286	2.8%	10
Manantiales	1981	2.5%	8
Santiago Momoxpan	14267	17.5%	60
San Gregorio Z.	3039	3.7%	12
San Agustín C.	1884	2.3%	8
Sta. Ma. Acuexmocac	2914	3.6%	12
Total	47349	58.2%	197

Fuente: Elaboración Propia

Resultados

Después de una indagación profunda en donde el objetivo general es “analizar el impacto que los medios audiovisuales tuvieron en los habitantes de San Pedro Cholula como factor de influencia para que se abstuvieran de votar o anularan su voto”, se pueden hacer las siguientes conclusiones.

Los medios audiovisuales impactaron a los ciudadanos de San Pedro Cholula en cuestión de percepción de los procesos electorales, entonces a pesar de que la influencia de los medios audiovisuales es mínima es importante mencionar

que la reacción que los medios ocasionaron fue de inconformidad, lo cual motiva a la no participación de la ciudadanía durante los procesos electorales, además de que los medios contribuyen a la confusión de los ciudadanos propiciando que finalmente omitan su voto.

La mayoría de los jóvenes de San Pedro Cholula de 18 a 30 años se abstuvieron de votar porque no les interesan los procesos electorales, dicha apatía que presentan los jóvenes de San Pedro Cholula es derivada en gran medida, de la serie de inconformidades que los padres han vivido en los procesos electorales y les han platicado, aunado a la percepción de que un cambio de gobierno no implica un cambio en su forma de vida.

La mayoría de los ciudadanos de San Pedro Cholula de 31 a 60 años se abstuvieron de votar debido a la carencia de propuestas que hubo en los pasados procesos electorales. Este dato engloba a una gran mayoría de la población y habla no solo de un desinterés por parte de los ciudadanos, sino también de un desinterés por parte de los partidos políticos al no realizar propuestas lo suficientemente atractivas pero sobre todo reales, que brinden oportunidades de mejora pero sobre todo de cambio en donde el municipio se enaltezca y ofrezca mayores oportunidades para sus habitantes.

La mayoría de los jóvenes de San Pedro Cholula de 18 a 30 años anulaban su voto porque sienten rechazo a los candidatos y partidos políticos, al igual que los ciudadanos de 47 a 60 años por lo que el rechazo es generado por que no existe registro alguno que demuestre que un candidato haya cumplido con sus propuestas de campaña en un 100%.

La mayoría de los ciudadanos de San Pedro Cholula de 31 a 46 años anulaban su voto a manera de protesta en donde los ciudadanos de este rango de edad acudieron a las urnas en tiempo y forma pero decidieron que esta era la mejor forma de decir al gobierno que no están de acuerdo con la manera en que están administrando su municipio y que desean que exista un verdadero cambio y ellos estarán ahí para apoyar la transición de la democracia.

En las elecciones 2010 celebradas en el municipio de San Pedro Cholula se abstuvo de votar un 49.8% de la población es decir un total de 40,302 habitantes, por ende solo votaron un total de 40,688 habitantes de los 80,990 que se encuentran registrados en el padrón electoral lo que estadísticamente significa acudieron a las urnas un 50.2%, estas cifras son significativas, ya que se muestra claramente la disminución de abstencionismo electoral, ubicándose como razón principal el llamado voto de castigo.

En las elecciones 2010, un 4.9% de la población anuló su voto, es decir 2,027 habitantes, las comunidades que presentaron un mayor índice de nulidad fueron: Santa María Xixtla, San Cosme Textintla, Santa Bárbara, San Cristóbal Tepontla, San Francisco Cuapan, San Agustín Calvario. Este porcentaje es alto, lo que significa que había un alto grado de inconformidad y anularon su voto a manera de protesta.

Este incremento de casi 20% en la participación electoral, puede obedecer principalmente a que concurre también la elección a gobernador del estado, siendo éste un punto importante para motivar a los ciudadanos a acudir a las urnas, a pesar de que muchos de ellos no comulgaban en su totalidad con las promesas de campaña, sin embargo todo indica que se emitió un voto de castigo hacia el partido que hasta entonces se encontraba en el poder y todo esto como consecuencia de la deteriorada imagen de Mario Marín Torres. Éste fenómeno fue recurrente en la mayoría de los municipios de la entidad en donde la victoria fue para el PAN y sus respectivos representantes.

Los medios audiovisuales no fueron un factor de influencia en los ciudadanos de San Pedro Cholula en las elecciones 2010 porque consideran que su manejo es negativo por lo que los ciudadanos de San Pedro Cholula no solamente no creen en los medios audiovisuales, sino que se muestran escépticos respecto a su actuación durante las campañas electorales, ya que las diversas encuestas transmitidas por la televisión o radio presentaban una realidad completamente diferente a la opinión que ellos habían proporcionado al reportero lo que ocasionó que a finales de la contienda los ciudadanos ya no quisieran brindar información argumentando que no

eran responsables con la información que brindaban a la ciudadanía, inclusive los representantes de diversos medios recibieron malos tratos por parte de la gente de San Pedro.

Los medios audiovisuales no ejercieron influencia en los habitantes de San Pedro Cholula debido a que consideran que en las pasadas elecciones hubo manipulación de información lo que significa que hasta cierto punto los ciudadanos de San Pedro Cholula están acostumbrados a los “dimes y diretes” que los candidatos de los diversos partidos políticos hacen presentes en las contiendas electorales, por lo tanto en esta ocasión decidieron enfocarse en la realidad, es decir, en el trabajo que ha realizado el actual gobierno.

Los ciudadanos de San Pedro Cholula que anularon su voto, piensan que dicha decisión contribuye a la democracia y además favorece al hecho de que el manejo de información en los procesos sea real y transparente. Esta conclusión es relevante porque a pesar de que los ciudadanos están cansados del manejo de los medios audiovisuales, están dispuestos a que dicha situación cambie y que los líderes de opinión realicen un adecuado manejo de los medios audiovisuales informando a la ciudadanía de manera eficiente y veraz, pero sobre todo con la realidad que acontece durante los comicios electorales porque esto proporcionará información valiosa que servirá a los habitantes de San Pedro a formarse un criterio definido sobre cualquier partido y así ejercer un voto analizado y de convicción.

En el proceso electoral 2007 celebrados en San Pedro Cholula, si se percibió que los medios audiovisuales fueron determinantes para que los ciudadanos se abstuvieran de votar o anularan su voto debido a que la incipiente participación que se vivió en aquel proceso estuvo muy cercana al escándalo a nivel nacional por el caso Marín–Cacho, generando no sólo un deterioro de la imagen del entonces gobernador, sino también de toda la entidad. Los comentarios también fueron negativos para los ciudadanos poblanos al aceptar arbitrariedades de tal magnitud y no hacer nada para que saliera del poder el entonces mandatario, lo único que se hizo fue abstenerse de votar o en su defecto anularon su voto a manera de protesta

y hasta la fecha la imagen que los medios formaron de Mario Marín fue contundente. Adicionalmente la campaña negativa presentada por el Partido Acción Nacional durante la elección presidencial del año 2006, en contra del candidato del Partido de la Revolución Democrática, influyó de manera negativa para que los habitantes de San Pedro Cholula se abstuvieran de presentarse a las urnas durante el proceso local del año 2007, sin embargo esta situación se modificó radicalmente para el año 2010, presentándose como principal motivación para votar, el voto de castigo y en segundo lugar la anulación del voto.

BIBLIOGRAFÍA

Alcubilla, E.A. (2000) El régimen electoral en España. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid: La ley.

Arce R. y Munch, L. (2000) Comunicación y Mercadotecnia política. México: Noriega.

Baena, G (2000) Credibilidad Política y Marketing Mix. México: Mc Graw Hill.

Biagi, S (2005) Impacto de los medios. 5ta ed. México: Thompson.

Beadoux, D'Adamo y Slavinsky (2007) Comunicación política y campañas electorales. Barcelona. Gedisa.

Camacho, O y Almazán, A. (2006) La victoria que no fue: López Obrador entre la guerra sucia y la soberbia. México Grijalbo.

Casanova, P (1999) La democracia en México. México: Serie popular.

Collado, C. Sampieri, R y Jaramillo, E. (2003) marketing político e imagen del gobierno en funciones. México: McGraw- Hill.

Diccionario esencial de la lengua española (2002). 6ta ed. Barcelona: S.L.

De la Mota, I. (2000) Los profesionales del poder y la comunicación de masas. México. Panorama.

Downs, A. (2002). Teoría económica de la democracia. Madrid: Aguilar.

Emmerich G. (2009). Informe sobre la democracia en México. Sevilla España.

Flanigan, W. (1998) Political behavior of American Electorate. 3era edition. Boston: Allyin and Bacon.

Foucault, M. (2003) El orden del discurso. NewYork: Routledge

Habermas, J. (2004) Acción comunicativa y razón sin trascendencia. Barcelona: Paidós.

Hair, Bush, Ortinau (2003) Investigación de Mercados en un ambiente de información cambiante. 2nda edición. Barcelona: Mc Graw Hill.

Levine, D.H. y Molina, J. (2007) La calidad de la democracia en América Latina: Una visión comparada

Kraus, S (2004) Comunicación masiva.6ta ed: México: Trillas.

Maarek, P. (2000) Marketing político y comunicación: claves para una buena comunicación política. Barcelona: Paidós.

McQuail, D. (2005) Introducción a la Teoría de Comunicación de Masas. 5ta.Ed.: Paidós, Barcelona.

McQuail, D. (2000) Sociología de los medios masivos de Comunicación. 5ta ed. México: Mc Graw- Hill.

Mastrini, G y Bolaño, C (2000) globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Buenos Aires. Biblos.

Mattelart, A (2002) Comunicación Masiva en el proceso de liberación. 7ma ed España: Trillas.

Mc, Combs, M. (2000) Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. 3ra Ed. Barcelona: Paidós.

Muñiz, J. (2002) Teoría Clásica de las tesis. Pirámide, Madrid.

Murillo, C. (2009) Los factores socioeconómicos y políticos del Abstencionismo en el municipio de Juárez (1942-2004) Instituto Estatal Electoral de Chihuahua, México.

Mouchon, J. (2000) Política y medios, los poderes bajo la influencia. España: Gedisa.

Morató, J. (2007) Comunicación política, internet en campañas electorales. Madrid: Tecnos.

Newman. N. (2002) La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. 2nda Ed. Paidós.

Nosnik, A (1995) Curso de comunicación organizacional: La planeación y gestión efectiva de sus procesos,

Pazos. L (1999) La democracia y los partidos políticos más allá del voto. México: Diana.

Peschard, J. (2000) Comportamiento Electoral, México: Flasco

Philippe J. (2000) Marketing Político y Comunicación.

Plasser F. y Gunda.(2002) La Campaña Global. Los nuevos gurúes del marketing político en acción.. 1ª ed.. Buenos Aires: Grupo Editorial.

Price, V. (2000) Opinión Pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós.

Rodríguez, D (2004) Teoría de la agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria. España: A.E. Alamiros.

Sabucedo, J.M. y Rodríguez, M. (1997) Medios de comunicación de masas y conducta política. Madrid. Almagro.

Sartori, G. Homo videns: la sociedad teledirigida. Buenos Aires: Pirámide.(1999)

Sampedro, B. (2003) La pantalla de las identidades. Barcelona. Icaria.

Sampieri, R. 2003. Metodología de la investigación. 3ra ed.. México: Mc Graw Hill.

Wimmer, R y Dominick, J. (2000) Introducción a la investigación de los medios masivos de comunicación. México: Thompson.

Zepeda A. (2001) Marketing Político: Un acercamiento a su objeto y campo de estudio. Universidad de Guadalajara. México: Trillas.

Wuttenberg, M. (2001). The not simple act of voting. Washington: Ada W. Finifter.