

Sentimientos políticos determinando el voto; Querétaro 2021.

Political feelings determining vote; Queretaro 2021

Dr. Héctor Gutiérrez Sánchez¹

Dra. Martha Gloria Morales Garza²

Introducción

El presente trabajo revisa hasta qué punto algunos sentimientos que provocan los candidatos a gobernador están vinculados (quizá causalmente) con el sentido del voto. Para ello se utilizan datos de encuestas con representatividad estatal sobre la elección queretana de 2021.

El texto comienza con el planteamiento teórico, se parte del periodo donde el modelo Michigan parecía determinar mucho del comportamiento electoral, luego se habla de cómo esta explicación ha decaído, tanto por la baja en el partidismo de los mexicanos, como por el surgimiento de nuevas teorías que lo han desafiado (y no todas ellas son ecos de rivales conocidos como el enfoque racional).

Ahí es donde se presenta el tema de los sentimientos como una posible nueva explicación para el voto, se trata de un tema complejo de explicar en la medida en que es un campo en construcción. En medio de esto, se pone cierto énfasis en una posible demanda moral que nos ayudó a seleccionar qué sentimientos podrían ser de mayor interés en las encuestas.

Tras esto, se encuentra la metodología, donde se expone la preparación y levantamiento de la encuesta, así como los generales de ésta; su representatividad, tamaño de muestra, distribución por género, educación etcétera.

Después vienen los resultados, ahí se muestra cómo ciertos sentimientos provocados por los candidatos tienen una relación muy fuerte con la intención de voto por esas opciones

¹ Profesor Investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ y miembros del Sistema Nacional de Investigadores. ciudadanohector@yahoo.com.mx

² Profesora Investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ y miembro del Sistema Nacional de Investigador desde el 2001 garza@uaq.mx

políticas. Incluso se encontró que quienes no tenían dichos sentimientos hacia ningún candidato decían no saber por quién votar. Se presentan también algunos intentos de control de variables, pero resultaron matemáticamente difíciles tanto por la fuerza de las relaciones como por la muy baja identificación partidista que declararon los informantes. El texto termina con conclusiones, donde se recuperan los hallazgos matemáticos de la encuesta y se les hace dialogar con la teoría antes revisada.

De partidismo a sentimientos

Las escuelas de explicación del comportamiento electoral nacen con una rivalidad fundamental que de alguna manera recupera la discusión clásica en las ciencias sociales sobre el peso explicativo de las estructuras, o de los sujetos y por lo tanto de la acción. Durante los primeros años del siglo XX, el modelo Michigan (y particularmente la identificación partidista) parecían ser buenas explicaciones del comportamiento electoral y particularmente de la orientación del voto.

El éxito en la explicación de la orientación del voto, fue, sobre todo, frente a la escuela sociológica que parecía incapaz de proporcionar explicación para los cambios en el comportamiento de los electores.

La pregunta principal del grupo de investigadores que realizaron el experimento, fue sobre el impacto de las campañas en la orientación del voto (Lazarsfeld et al.1962). Los resultados del estudio panel realizado en 1940 fueron asombrosos, pues, aunque los “mutantes” como ellos denominaron a los electores que cambiaron de opinión sobre su preferencia electoral fueron los menos (54/600), estudiar su perfil y las razones del cambio resultaron muy reveladores para comprender la formación en la orientación del voto.

La reflexión teórica del grupo de investigadores les permitió concluir que la orientación del voto se forma en una especie de embudo donde las estructuras o factores sociales, con los que nace el sujeto son el cimiento pero distante de la conducta o la acción política, pues el conjunto de valores sociales y políticos se forman en el seno familiar y en la escuela, y estos permiten un acercamiento hacia ciertos partidos políticos y es la militancia o cercanía con estos partidos lo que define en última instancia la preferencia

electoral. Y lo más interesante es justamente que la misma cercanía explica el cambio en la preferencia, pues en el caso de los que no mostraban preferencia en el momento de las campañas se inclinaron al final por el partido que fue más cercano a ellos en el último momento.

Aunque las estructuras donde nace el sujeto, como religión, ambiente rural o urbano, bajos o altos recursos, quedaron como el cimiento de las decisiones, por la distancia de estos factores, el peso explicativo de la orientación del voto se depositó en la cercanía, militancia o simpatía con los partidos políticos.

Sin embargo, esta teoría comenzó a mostrar problemas, sobre todo por la caída mundial de las personas que se dicen militantes o incluso simpatizantes de partidos políticos, los indicadores son tan reveladores que a nivel mundial se piensa en una crisis de la democracia representativa (Mair, 2015). Lo mismo sucedió en el caso mexicano, primero, la cantidad de mexicanos que dicen tener identificación partidista ha disminuido y en sentido inverso ha crecido el porcentaje de electores que desconfían en los partidos y que sienten profunda desafección con la política, los partidos y la democracia.

El caso mexicano es similar, Alejandro Moreno (2018) ha hecho un muy buen recuento de los cambios del electorado mexicano, su desencanto con los partidos, con la política y con la democracia, y ha encontrado también un cada vez mayor peso de las redes sociales y del internet en el comportamiento electoral.

Y como punto culminante de los cambios en el electorado mexicano, el resultado de la elección del 2018 en México es, al menos un caso incómodo para dicha explicación, pues ganó aplastantemente un partido nuevo (que difícilmente habría generado “identificación” en su forma más tradicional).

Y por otro lado, y para ahondar en el déficit explicativo en el que ahora se nada, en esta misma elección un grupo de investigadores mostraron que aunque existe correlación estadística significativa entre orientación del voto y pobreza, esta tiene poco peso explicativo y sólo se muestra para el caso de los electores de Ricardo Anaya (Morales y Fernández, 2020), lo que pone también piedras en el camino para la escuela sociológica,

pues entre los electores que votaron por el candidato triunfador, no se prueba relación estadística significativa con pobreza.

Ahora bien, este aparente declive de los modelos teóricos y en particular del modelo Michigan y la “despartidización” de la política mexicana nos hace buscar en otras posibles explicaciones y de inmediato surge el modelo racional como una posible alternativa, mismo que ha sido un histórico adversario del modelo Michigan y que -de hecho- lleva años apuntando a elementos más contingentes de las elecciones como las figuras personales de los candidatos (lo que podría hacer sentido con la elección 2018).

Sin embargo, los supuestos teóricos del modelo racional, sujetos racionales que tienen y buscan información y toman decisiones con base en ellas, parecen un tanto alejadas de la realidad mexicana, por lo que no confiamos demasiado en apostar por esta explicación del comportamiento. Dos ideas rondan como solución a este dilema, primero, pensar en la posibilidad de regresar al modelo psicológico, pero no depositando la variable independiente en el “partidismo” sino en el componente afectivo en tanto vínculo emocional que sirve para orientar el voto, o por otro lado, pensar en la construcción de un modelo ecléctico que sea capaz de ajustarse a la realidad mexicana de electores muy heterogéneos³. En este artículo abordaremos la primera de estas alternativas.

La propuesta de atender a los sentimientos generados por los políticos y o candidatos como un mecanismo para explicar la orientación del voto, no es totalmente nueva, pero si está aún en una etapa constructiva. Vincular la política con emociones parece haber sido, hasta hace bastante poco tiempo una anatema. Sin embargo, hoy, existe evidencia incluso neurológica que nos obliga a romper la dicotomía entre razón/emoción y a pensar que “no hay razón sin emoción y que la mejor decisión racional es aquella que está modulada -en un proceso de ida y vuelta- por la emoción” (Ariztimuño, 2016).

En el campo más amplio y abstracto de la Filosofía, Martha Nussbaum (2014) propone no solo la idea de una visión integrada de razón y emoción, sino que dota a las

³ El tema de un electorado heterogéneo fue tratado en el siguiente texto, así como como también un primer ejercicio de acercamiento empírico en torno a la abstención. Cfr. Morales Garza, Ávila Eggleton, Fernández García et al (2010), La abstención en México, Instituto Federal Electoral, México.

emociones de razón, es decir plantea que las emociones no son irracionales, las ubica como vinculadas a objetos (cosas, personas, eventos, etc.), están íntimamente ligadas con creencias y valores, y por lo tanto la modificación de la emoción supone la modificación de la creencia, y también dota a las emociones de un gran poder para motivar las acciones. Es decir, sostiene la importancia de las emociones para entender el comportamiento político, y pensamos nosotros también el comportamiento electoral.

En el ámbito específico del comportamiento electoral, este planteamiento sobre los sentimientos está sostenido en dos grandes columnas; por un lado, una reflexión profunda del concepto de partidismo, y en segundo lugar, en un conjunto de trabajos empíricos que intentan probar la relación entre sentimientos y comportamiento electoral, que van desde el desinterés por la política y la abstención, hasta vínculos más concretos entre candidatos y ciudadanos.

En relación con el concepto de partidismo, la bibliografía es muy amplia. Es relevante revisar el concepto mismo de partidismo en la escuela psicológica, pues ellos no se referían a una militancia comprobada, sino a un sentimiento, a una identidad auto adjudicada, a un conjunto de emociones, que la cercanía con un partido, le proporciona al elector. Además, esta auto adscripción, le permite también al sujeto, tener un atajo cognitivo que es muy útil para orientar su acción política.

Si se acepta que la idea del partidismo que plantea la escuela psicológica es un conjunto de emociones, relativamente estables, hacia una organización, en el fondo lo que se acepta es que las emociones en torno a objetos (partidos, candidatos campañas, países, gobiernos, etc) se ajusta al modelo de explicación de esta escuela, pero hay que recorrer el énfasis a la emoción, y no en la organización depositaria. Evidentemente el costo de este corrimiento es que cada campaña y cada candidato generan emociones para ese proceso específico, pero no necesariamente son estables, o al menos no muy estables.

En fechas muy recientes se han incrementado los estudios que pretenden mostrar evidencia empírica que fortalezca el papel de las emociones y de los sentimientos en la orientación electoral, algunos de estos trabajos han realizado el acercamiento de manera

cualitativa (Fernández, 2020)⁴ y otros a través de encuestas⁵, en ambos casos los resultados son alentadores, preliminares pero sin duda pertinentes para avanzar en la comprensión del comportamiento de los electores.

Independientemente de que sea con técnicas cualitativas o cuantitativas, los resultados son muy alentadores, pues fortalecen la idea de que las emociones juegan un papel muy importante en las decisiones de los electores. Por este motivo, los autores vienen explorando esta hipótesis, y en este artículo se muestran los resultados de unas encuestas realizadas por los propios autores con representación estadística para el estado de Querétaro.

Metodología

El instrumento fue diseñado para lograr evaluar la pertinencia de los tres modelos teóricos del comportamiento electoral. En primer lugar, y siguiendo el modelo racional, se pretende evaluar el impacto que la percepción, sobre la gestión del actual gobernador del PAN y del Presidente de la República (MORENA), podría tener sobre la orientación del voto. En segundo lugar, incluimos en la encuesta indicadores (como edad, género, escolaridad y auto adscripción de clase, con el objetivo de valorar la pertinencia de factores sociodemográficos en el comportamiento electoral, siguiendo un poco el planteamiento de la escuela sociológica, y finalmente incluimos tanto preguntas relativas a la cercanía sentida con partidos políticos por parte de los electores, así como una batería de sentimientos que pudieran generar los candidatos en los ciudadanos entrevistados.

⁴ También resulta interesante revisar el trabajo de Gutiérrez Sánchez, Héctor, “La demanda moral hacia los políticos”, *Espiral Estudios Sobre Estado Y Sociedad*, Vol. 26 Núm. 76, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2019, pp. 233-272, DOI: <https://doi.org/10.32870/cees.v26i76.7097>.

⁵ Véase entre otros, Silvina Brussiino, Daniela Alonso, y Deborar Imhoff, dimensiones culturales, afectivas y cognitivas del comportamiento de voto al Kirchnerismo, *Psicología & Sociedade*, 27(2), 351-361., <http://dx.doi.org/10.1590/1807-03102015v27n2p351> Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina. María Gracia Becerra Guillen, 2016, El voto emocional. Un análisis del rol de las emociones en el comportamiento político del elector peruano, Cuadernos de Investigación No 13, Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima. Michael MacKuen, George Marcus, W Russell et al, 2007, *The Third Way: The Theory of Affective Intelligence and American Democracy*, in *The Affect Effect DYNAMICS OF EMOTION IN POLITICAL THINKING AND BEHAVIOR*, The University of Chicago Press, Chicago.

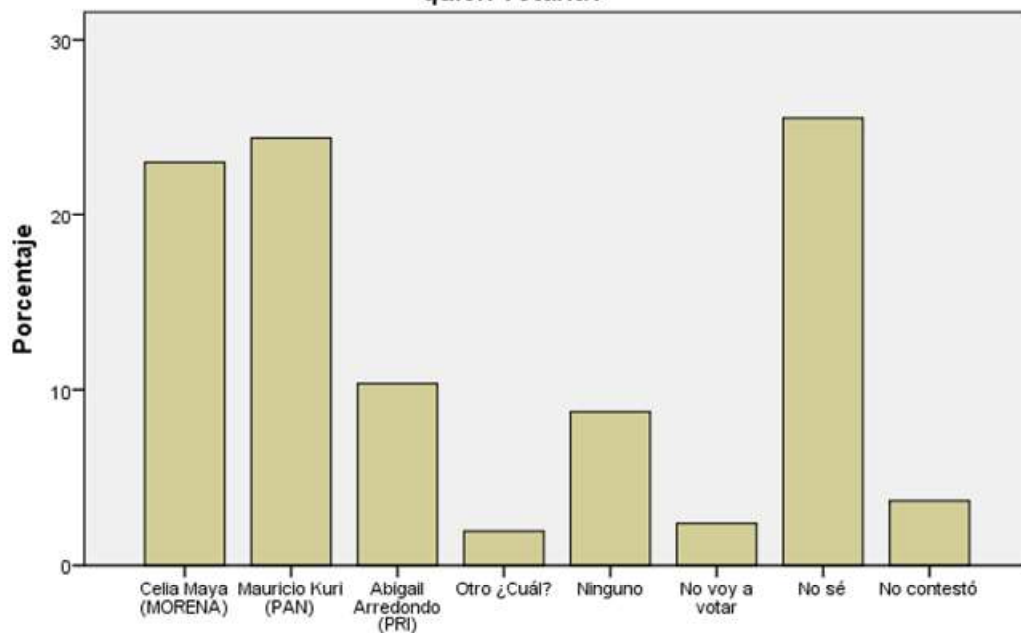
Para el diseño de la muestra se utilizó un diseño polietápico. En la primera etapa se seleccionó una cantidad de secciones electorales en las que se encuestaría, se encontró que las secciones contenían un número muy desigual de electores, por lo que en lugar de que el algoritmo sólo seleccionara con probabilidades ponderadas en función del tamaño de la sección (lo que generaba una sobre-representación de los distritos grandes) se creó un rango para cada sección cuya longitud respondía a cuántos electores había en cada una y luego se generaban números aleatorios y se observaba en qué rango caían y por ende qué sección era seleccionada. Ya elegidas las secciones, se seleccionaron manzanas, en ellas hogares y en éstos personas, como no había tanta disparidad entre las unidades en estos subniveles, se usó una selección aleatoria simple. Se levantaron los datos entre el primero y 3 de abril 2021

Al final la muestra contó con 842 casos, es representativa a nivel estatal, tiene un error de 5% y una confianza del 90%. Contiene 394 varones (46.8%) y 448 mujeres (53.2%), la edad promedio fue de 43.2 años con una desviación estándar de 15.5, sobre educación, 6.5% dijo no tener ninguna, 19.1% dice haber terminado la primaria, 32.4% la secundaria, 21.1% la preparatoria, y 20.8% la licenciatura o más.

Los sentimientos importan

La variable independiente de este análisis fue la preferencia electoral, que se midió con la pregunta: Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Gobernador del Estado ¿Por quién votaría? Se dieron las opciones de Celia Maya (Movimiento Regeneración Nacional; Morena) Mauricio Kuri (Partido Acción Nacional; PAN) Abigail Arredondo (Partido Revolucionario Institucional), “otro”, “Ninguno”, “No voy a votar”, “No sé” y el dato perdido de “no contesta”. Se encontraron respuestas muy concentradas en Morena, el PAN y en “no sé” (lo último es lógico considerando que apenas comenzaban las campañas y que se estaba a dos meses de la elección):

19. Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Gobernador del Estado ¿Por quién votaría?



19. Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Gobernador del Estado ¿Por quién votaría?

Gráfica 1.- Distribución de la variable dependiente. Elaboración propia con datos propios.

Dado que se deseaba hacer pruebas de hipótesis bivariadas (e incluso se intentaron controles de variables), se conservaron sólo las 3 categorías más populares (de otro modo se generaban celdas vacías que impedían el análisis), quedando de esta forma sólo tres respuestas; Morena 31.5%, PAN 33.5% y “no sé” 35%

Por su parte, todas las preguntas sobre los candidatos y sentimientos comenzaban con “cuál de ellos” y continuaban con: “le hace sentir optimismo sobre el futuro”, “le inspira respeto”, “le ofende cuando lo escucha hablar”, “le hace sentir desconfianza”, “le hace sentir felicidad”, “le hace sentir decepción”, “Sería un buen ejemplo para la gente” y “tiene las mejores propuestas”. Las primeras preguntas se alinean a la hipótesis de sentimientos sobre temas morales/axiomáticos, mientras que la última es para incluir al menos un reactivo más “racional”. Hubo muy pocas respuestas de “otro” y del PRI, por lo que bajo las mismas premisas que la variable dependiente, se redujeron las opciones a Morena, PAN y “ninguno”, quedando así las variables independientes:

Reactivo	Morena	PAN	Ninguno
----------	--------	-----	---------

le hace sentir optimismo sobre el futuro	20.5 %	19.6 %	59.8 %
le inspira respeto	22.4 %	19.4 %	58.2 %
le ofende cuando lo escucha hablar	6.7 %	8 %	85.3 %
le hace sentir desconfianza	13.5 %	15.9 %	70.6 %
le hace sentir felicidad	10.2 %	8.4 %	81.3 %
le hace sentir decepción	9.5 %	12.1 %	78.4 %
Sería un buen ejemplo para la gente	20.9 %	16.4 %	62.7 %
tiene las mejores propuestas	18.6 %	16.5 %	64.9 %

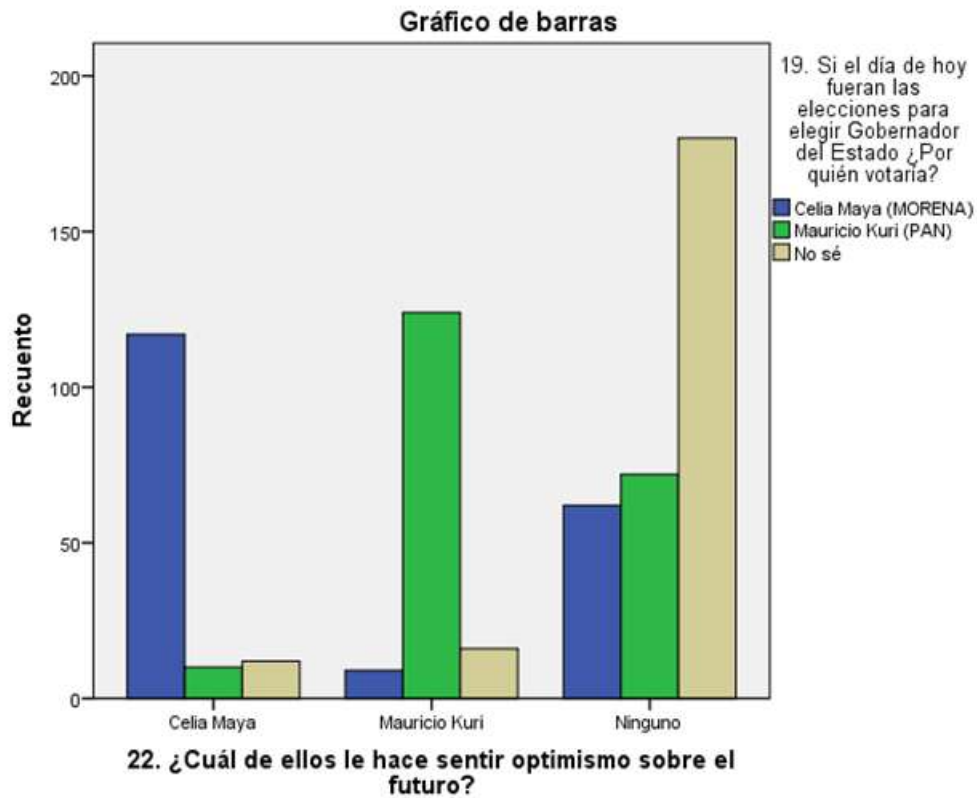
Tabla 1.- Distribución de casos en las variables independientes sobre sentimientos.
Elaboración propia con datos propios.

Nuevamente, hay que destacar que se trata de una encuesta relativamente temprana por lo que es normal un alto porcentaje de respuestas “ninguno”. Además, la elección trabajada tuvo una participación de sólo 52.27%, por lo que también hay que considerar la posibilidad de un importante número de ciudadanos poco involucrados en estos asuntos.

Como se muestra en el planteamiento, se sospecha de una relación causal entre emociones y comportamiento político-electoral. Para revisar ese vínculo, se hicieron pruebas de hipótesis bivariadas para saber si las variables de la tabla 1 se relacionan con la variable dependiente expuesta al inicio de la sección de resultados. La relación más fuerte que se encontró fue la del reactivo de optimismo hacia el futuro, por lo que es la que a continuación se ejemplifica:

Quién lo hace sentir optimismo sobre el futuro: Por quién votará:	Morena	PAN	Ninguno
Morena	84.2%	6%	19.7%
PAN	7.2%	83.2%	22.9%
Ninguno	8.6%	10.7%	57.3%
Total	100%	100%	100%

Tabla 2.- Relación entre sentir optimismo y preferencia electoral. Elaboración propia con datos propios.



Gráfica 2.- Relación entre sentir optimismo y la preferencia electoral. Elaboración propia con datos propios.

Tanto la tabla dos como la gráfica dos dan clara muestra de que quienes sienten optimismo con relación a algún candidato tienden muy fuertemente a tener preferencia electoral por el mismo. Fue también interesante que quienes dicen que ningún candidato les despierta dicho sentimiento se concentran mucho en la respuesta de “no sé” por quién votar y de este grupo, los que sí muestran una preferencia electoral la tienen muy balanceada entre Morena y el PAN.

En las conclusiones se discutirá más sobre el posible vínculo causal entre los sentimientos y la preferencia electoral, pero vale la pena señalar cómo el comportamiento de los que no sienten optimismo con “ninguno” concuerda con una posible causalidad: Si sentir optimismo ante un candidato fuera causa de la preferencia electoral, se podría esperar que quienes tengan dicha emoción hacia un candidato

quieran votar por él. Esto sucede abrumadoramente: el 84.2% de quienes declaran ese sentimiento hacia la candidata de Morena también dicen que votarán por ella, cifra que es de 83.2% para el caso del PAN. Por otro lado, si ese sentimiento fuera causa de voto, sería esperable que como no se ha presentado, no se detecte una preferencia electoral clara, lo que también concuerda con lo visto, pues quienes dijeron que ningún candidato les despierta optimismo fueron los que destacaron en la respuesta de “no sé” por quién votar (57%), este porcentaje fue mucho menor entre quienes sí sentían optimismo con algún candidato (19.7% y 22.9%). Finalmente, la minoría que no sentía optimismo pero sí mostró alguna preferencia electoral, tuvo una distribución muy homogénea entre candidatos; PAN 22.9% y Morena 19.7%.

Así como se encontró una relación entre qué candidato despierta optimismo y por cuál se desea votar, también se encontraron tendencias similares con los otros reactivos, mismos que se muestran en la tabla tres de mayor a menor relación con la variable independiente. Se hicieron pruebas de χ^2 para tabla de contingencia, obteniéndose valores P de .000 en todos los casos, por lo que se puede afirmar que las variables se relacionan. Para determinar el grado de relación se utilizó el coeficiente de contingencia, indicador similar al coeficiente de correlación de Pearsons pero válido para datos nominales y que generalmente arroja valores más bajos que este último:

Reactivo	Coeficiente de Correlación
le hace sentir optimismo sobre el futuro	.638
le inspira respeto	.630
tiene las mejores propuestas	.603
le hace sentir desconfianza	.537
Sería un buen ejemplo para la gente	.523
le hace sentir felicidad	.488
le hace sentir decepción	.438
le ofende cuando lo escucha hablar	.429

Tabla 3.- Relaciones entre variables independientes y variable dependiente. Elaboración propia con datos propios.

Como se puede ver, se encontraron muchas variables con fuertes relaciones con la preferencia electoral, destacando el optimismo sobre el futuro y el inspirar respeto. Le siguieron la variable sobre propuestas (que es una inclusión de inspiración teórica más racional) y luego una que tuvo la mecánica inversa: El candidato que más provocaba desconfianza era por el que se votaba menos, en esta elección tan dicotómica, muchas veces quienes sentían desconfianza por la candidata de Morena mostraban preferencia electoral por el PAN y viceversa.

Como se venía adelantando, se intentaron hacer controles de variables, pero hubo muchos problemas con ello. Primero se intentó hacer controles con las mismas variables de la tabla 3, el tamaño de muestra impidió partir de un modelo saturado y de hecho tampoco fue posible utilizar las 3 opciones de las variables. Las relaciones que se presentan en la tabla tres fueron verificadas con una prueba de Chi2 cuyas frecuencias esperadas en todas las celdas siempre fueron mayores a 5, pero cuando se intentaba hacer regresiones logísticas con las 3 opciones de las variables se encontraban problemas matemáticos que aumentaban las iteraciones hasta puntos matemáticamente inviables.

Al final, sólo fue posible hacer regresiones limitando las opciones de las variables independientes y dependiente a únicamente PAN/Morena. En cerca de dos tercios de los casos, sí se lograron hacer modelos matemáticamente viables con dos variables independientes de la tabla tres y la variable dependiente dicotómica de la preferencia electoral, aproximadamente un tercio de las regresiones continuó con el problema de las iteraciones, por lo que no se obtuvieron resultados útiles de ellas.

Como era de esperarse, las variables independientes que desde el inicio mostraron más asociación con la dependiente tendían a controlar a las otras o al menos no perdían su significación estadística en presencia de otra variable. Tanto sentir optimismo como respeto nunca dejó de ser significativo aún en regresiones múltiples, el sentimiento de ofensa casi sólo arrojó regresiones inválidas, la desconfianza no dejó de ser significativa nunca (aunque se acercó con valores P de .021 y .019), mientras que la felicidad, la decepción y ser un ejemplo sí dejaban de ser significativos en varios casos. Finalmente, la variable de propuestas (de particular interés dada su acepción teórica racional) fue controlada por el sentimiento de optimismo y la felicidad (valores P de .165 y .540),

terminó con un valor P de .003 cuando entraba en regresión múltiple con el respeto, de .019 con la desconfianza y de .000 al contrastarla con sentir respeto por algún candidato.

Sabiendo la importancia del partidismo, se intentó incluir alguna variable sobre ello en el análisis, se consideraron tres (ser “militante” “simpatizante” o “votante regular”). La “militancia” fue tan escasa que no se le pudo usar para ninguna prueba, sin embargo, sí se encontró que ser “simpatizante” de un partido se relaciona con votar por el candidato postulado por dicha institución, con una prueba de χ^2 de valor $P=.000$ y coeficiente de correlación de .655, mientras que los “votantes regulares” con el mismo procedimiento arrojan un P de .000 y coeficiente de .576

En la muestra había poco menos de cien casos que decían simpatizar con un partido o ser votante regular y que además dijeron qué partido y también declararon por quién votarían. Debido a este mínimo tamaño de muestra, fue imposible hacer controles de variables con reactivos de la tabla tres y variables de partidismo.

Conclusiones

Siguiendo una lógica muy refutacionista, podríamos reconstruir el artículo de esta forma: Se propuso que algunos sentimientos podrían causar preferencia electoral, dicha idea de sometió a una prueba empírica y los datos no negaron a la hipótesis, pues efectivamente las personas que decían sentir optimismo o respeto por algún candidato decían que votarían por él; justo como la hipótesis habría predicho.

Podríamos decir que la hipótesis salió fortalecida de esta prueba, pues se encontraron los resultados que se esperaba. Sin embargo, los datos nos invitan a hacer algunas reflexiones más. Primero, conviene pensar sobre el tema de la causalidad. Los datos muestran relaciones matemáticas, incluso se puede decir que son relaciones fuertes, pero una correlación no necesariamente implica causalidad y aún si lo hace, la relación matemática en sí misma no determina el sentido de esa causalidad.

Podemos pensar que las personas se exponen a los candidatos y de esta forma generan sentimientos hacia ellos y esos sentimientos determinan la preferencia electoral. Pero

también es posible que la preferencia electoral preceda a los sentimientos y que éstos sólo lleguen después de que la persona tenga decidido su voto. Lo segundo parece menos parsimonioso, pero no por ello se le puede descartar tan fácil. Sobre esto mismo, conviene recordar la categoría de quienes no sentían nada por ningún candidato y también no sabían por quién votar; parece lógico suponer que si la causa no se ha presentado (sentimientos) no se pueda detectar aún el efecto (preferencia electoral), pero aún esto se podría presentar si la causalidad estuviera invertida.

Además del debate causal, debemos también mantener el diálogo abierto con el enfoque racional. Si bien un votante emocional puede parecer contrario al frío elector racional y calculador, en realidad este par de posturas podrían no ser tan contradictorias. Después de todo, parece racional preferir un candidato que provoca optimismo y felicidad por encima de otro que provoca decepción o desconfianza. Si omitimos un poco las metas tradicionalmente asociadas al modelo racional, quizá encontremos que sigue habiendo un mecanismo de cálculo y maximización de los beneficios, en este caso con qué candidato traería más de los sentimientos agradables y menos de los desagradables.

Sobre esto mismo, es interesante que tener buenas propuestas sí se relacionó con la preferencia electoral, lo que deja abierta la posibilidad de que sí haya una búsqueda de funcionarios eficientes en una mecánica plenamente racional y no-emotiva. Sin embargo, los pocos intentos de control de variables no parecían favorecer mucho a ese reactivo, aunque los resultados fueron poco concluyentes. Quedará para el futuro analizar dos posibilidades; o lo racional -canalizado aquí a la búsqueda de propuestas- es discurso políticamente correcto del informante y justificación a posteriori o sí hay algo de plena racionalidad en el elector mexicano.

Finalmente, debemos considerar cómo dialogan estos hallazgos con el modelo Michigan. Este debate arranca naturalmente con un gran pendiente que este trabajo delegará a estudios futuros: ¿por qué unos sentimientos tienen más o menos relación con el sentido del voto? Seguramente también hay algunos sentimientos que no tengan esta relación, ¿a qué se deberá? ¿Qué significan estos sentimientos y la mayor o menor intensidad de sus relaciones?

Una importante posibilidad es que el optimismo y el respeto (los sentimientos con más relación estadística) sean una forma de vínculo elector-candidato y que dicho vínculo sea análogo o equivalente a la relación que el modelo Michigan propone entre los partidos políticos y sus seguidores. Claro que habrá que rastrear muy de cerca hasta dónde llega el paralelismo entre estos dos vínculos, pues probablemente la relación votante-partido y votante-candidato compartan muchas cosas pero también habrá varias diferencias. Este análisis también queda para futuros estudios, podría tomar un giro cualitativo que profundice en por qué esos sentimientos y qué efectos tienen en la mente del votante o podría también tomar un giro cuantitativa logrando hacer controles de variables y -eventualmente- quizá hasta protocolos semi-experimentales.

Bibliografía

Ariztimuño, Kepa Bilbao. 2016. “Emociones políticas (La propuesta filosófica de Martha Nussbaum)”, Revista Pensamiento Crítico, Universidad de San marcos, Lima Perú.

Becerra Guillen, María Gracia. 2016. “El voto emocional. Un análisis del rol de las emociones en el comportamiento político del elector peruano”, Cuadernos de Investigación No 13, Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica de Perú, Lima

Fernández Poncela, Ana María. 2020. “Elecciones: razones y emociones”, Veredas, revista del Pensamiento Sociológico, No 38 y 39. UAM –Xochimilco, , Ciudad de México PP. 38-39.

Gutiérrez Sánchez, Héctor. 2019. “La demanda moral hacia los políticos”, Espiral Estudios Sobre Estado Y Sociedad, Vol. 26 Núm. 76 septiembre-diciembre, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, pp. 233-272

Lazarsfeld, Paul. Berelson, Bemald y Gaudet, Hazle. 1962. El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial, Buenos Aires: Ediciones 3.

MacKuen, Michael. Marcus, George. W Russell et al. 2007. The Third Way: The Theory of Affective Intelligence and American Democracy, in *The Affect Effect DYNAMICS OF EMOTION IN POLITICAL THINKING AND BEHAVIOR*. The University of Chicago Press: Chicago.

Mair, Meter. 2015. Gobernando el vacío. La banalización de la democracia occidental. Alianza Editorial: Madrid.

Morales Garza, Martha Gloria. Ávila Eggleton, Marcela. Fernández García, Luis Alberto et al. 2010. La abstención en México. Instituto Federal Electoral: México

Morales Garza, Martha Gloria, y Fernández García, Luis Alberto. 2020. Electores 2.0 y partidos viejos. Las elecciones mexicanas del 2018. Editorial Tirant México, IEEQ, UAQ, SOME: México

Moreno, Alejandro. 2018. El cambio electoral. Votantes encuestas y Democracia en México. Fondo de Cultura Económica: México.

Nussbaum, Martha. 2014. Las emociones políticas, ¿Por qué el amor es importante para la justicia? Editorial PAIDOS: Barcelona.

Silvina Brussiino, Daniela Alonso, y Deborar Imhoff. 2015. “Dimensiones culturales, afectivas y cognitivas del comportamiento de voto al Kirchnerismo”, *Psicología & Sociedad*, 27(2), PP. 351-361