

XXV Congreso Nacional y V Internacional de Estudios Electorales: Integridad y equidad electoral en América Latina.

Sociedad Mexicana de Estudios Electorales, San José, Costa Rica, 11 al 14 de noviembre del 2014.

Mesa 7 Encuestas, comunicación política y mercadotecnia electoral

ENCUESTAS Y EMOCIONES

**Francisco Vázquez, Anna M. Fernández, Pedro Canales,
Rafael Flores, Allan Garfias, Okany Castillo y Maribel Martínez**

RESUMEN

Dicen que Descartes dijo o escribió “Pienso luego existo”, si bien hay quien opina que la traducción del latín de tal idea también pudiera ser “Siento luego existo”, en todo caso se piensa, se siente y se actúa en sociedad, y los pensamientos y los sentimientos, qué duda cabe, inducen a la acción social.

Este trabajo apunta a la importancia de las emociones en la práctica de la investigación social, y en algo teórica y metodológicamente muy técnico y objetivo, como sería el trabajo que se realiza en torno a una encuesta.

Lo que aquí presentamos es en primer lugar un acercamiento a la emoción ciudadana ante un movimiento social (el caso del #YoSoy132), y esto por medio de una pregunta en específico de una encuesta sobre la emoción social ante dicho movimiento.

Para y en segundo lugar pasar revista, observar y reflexionar sobre las emociones a la hora de ser aplicada esta encuesta y obtener las respuestas, en el sentido de cómo se percibía la expresión emocional del sujeto de estudio en cuestión.