

Sufragio: emoción, pensamiento, acción

Suffrage: emotion, thought, action

Anna Maria Fernandez Poncela

Universidad Autónoma Metropolitana

Recepción: 24 de enero de 2025; aprobación: 21 de octubre de 2025

Disponible en línea a partir de: 08 diciembre 2025

Resumen:

La pregunta general y central de este texto —¿cómo se decide el voto?— se responde en dos direcciones. Por un lado, con una breve revisión de corrientes teóricas expertas sobre el tema; por el otro, a través de las opiniones ciudadanas al respecto. Sobre este segundo punto, se hace énfasis en la coyuntura electoral de 2024 en la Ciudad de México, por medio de una encuesta preelectoral y, en especial, con testimonios de la población tras la convocatoria electoral. El objetivo es revisar enfoques académicos y, muy particularmente, analizar las expresiones directas de la gente en un estudio de caso sobre el tema. De acuerdo con el resultado, es posible afirmar que se concede un valor significativo a las razones; no obstante, también se reconoce el peso y la influencia —aunque menor— de las emociones; según la ciudadanía, ambas poseen un rol fundamental en el voto y en las elecciones. Por otro lado, la mirada experta ha considerado por mucho tiempo a las razones como principales protagonistas, pero hoy se abre paso al papel de las emociones, también con un énfasis explicativo.

Palabras clave: *elecciones; voto; expertos; población; valoraciones.*

Abstract:

The general and central question of this text is: How is the vote decided? This question is answered in two directions: first, with a brief review of expert theoretical currents on the subject, and second, through citizen opinions on the matter. Regarding this second point, special emphasis is placed on the electoral situation of 2024 in Mexico City, through a pre-election survey, and especially with testimonies from the population after the election was called. The objective is, therefore, to review academic approaches and, more specifically, to analyze the direct expressions of people in a case study on the topic. As a result, it is possible to say that significant value is placed on reasons; however, the weight and influence of emotions are also recognized, the former more than the latter. In any case, both play a fundamental role in voting and elections, according to citizens. On the other hand, the expert perspective has long considered reasons to be the main protagonists, but today the role of emotions is opening up, also with explanatory emphasis.

Keywords: *elections; vote; experts; population; evaluations.*

Autor para correspondencia: fpam1721correo.xoc.uam.mx

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Autónoma Metropolitana

DOI: <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2024n66/Fernandez>

©2024 Universidad Autónoma Metropolitana, Departamento de Administración.

Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Introducción

Entre los temas centrales de la democracia y su funcionamiento, se encuentra el voto, como forma de expresión de la voluntad popular al momento de elegir las fuerzas políticas en los diferentes poderes del Estado; por ejemplo, en la presidencia del país y en el legislativo en sus distintos órdenes de gobierno. Detrás del sufragio, hay una preferencia electoral por un partido, un candidato, una ideología, una identidad, un contexto sociopolítico y un clima emocional. Por ello, cabe preguntarse cómo se toma la decisión de votar y por quién hacerlo. El objetivo general es revisar las teorías y perspectivas que describen y explican el voto. Un objetivo más específico es el análisis de las opiniones ciudadanas sobre su decisión y su ejercicio. Así, los estudiosos del tema, algunas consideraciones de la gente y la ciudadanía consultada expresan las razones y emociones del voto; en particular, la ciudadanía consultada se centra en el sufragio personal emitido el 2 de junio de 2024 en México, según el pensar y sentir de cada uno.

En ese año, en la república mexicana se llevaron a cabo votaciones, para elegir quiénes ocuparían los diferentes cargos, entre los cuales estaba la presidencia. Las fuerzas políticas que participaron fueron tres. El partido Movimiento Ciudadano (MC) —de centro izquierda— tuvo como candidato a Jorge Álvarez Máynez (jam). Por otro lado, Xóchitl Gálvez Ruiz (XGR) fue la candidata de la coalición electoral “Fuerza y corazón por México”, que aglutinó a tres partidos opositores de distinta ideología política —el Partido Acción Nacional (pan), el Partido Revolucionario Institucional (pri) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD)—. En la tercera fuerza política, “Sigamos haciendo historia” —de izquierda—, estuvo la candidata oficialista del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), Claudia Sheinbaum Pardo (CSP), en coalición con el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

Los cargos para los cuales había que votar y los niveles de gobierno implicados eran numerosos. Pero el hecho de que estuviera incluida la votación por la presidencia de la República confería a las votaciones un valor especial. La encuesta y las entrevistas sobre emociones, pensamientos y acciones del voto se relacionan con dicho evento, en general, y con las explicaciones sobre el sufragio personal del electorado.

En cuanto a las cuestiones conceptuales, se parte de la conjunción de emociones y sentimientos, y la cognición, para la acción; en este caso, el comportamiento electoral. De manera general, se suele llamar emociones a todo el panorama afectivo existente en toda decisión y conducta; pero quizá sea más correcto y exacto conceptualizar dicho panorama como sentimiento, pues la emoción refiere a una reacción emotiva y el sentimiento a lo que se nombra y permanece en el tiempo (Damasio, 2006). No obstante, puesto que en la literatura existente se sigue aludiendo a la emoción más que al sentimiento, aquí se emplean ambos vocablos de manera indistinta, en general.

En cuanto a la estructura del artículo, después de la introducción y la exposición metodológica, se presentan las principales perspectivas teóricas. Después, se expone un estudio cuantitativo y, sobre todo, cualitativo en torno a tendencias de opiniones y testimonios ciudadanos en relación con la elección presidencial en México en 2024 y al voto en general en esa coyuntura política específica. El énfasis del artículo se halla en las razones y emociones presentes al decidir y emitir el voto; se incluye un apartado que presenta dos momentos: 1) las respuestas y datos de una encuesta preelectoral, y 2) entrevistas poselectorales; ambas técnicas van dirigidas a un acercamiento al voto, más allá de perspectivas académicas, si bien éstas son consideradas durante la descripción y el análisis.

Metodología

Se revisó la literatura en torno al voto y sus características, con énfasis en las perspectivas teóricas, según expertos en la materia, en particular, aquellas que explican su configuración e influencia general, y su tipología y aspectos, a partir de razones y emociones en concreto. Además de cubrir el primer objetivo general, este apartado también enmarca el estudio concreto y objetivo específico de este artículo: el estudio de caso.

Por otra parte, este trabajo se centra en la información descriptiva, explicativa y reflexiva sobre los testimonios de una entrevista aplicada de manera presencial, tres meses después de la elección; el propósito fue obtener información acerca de las percepciones sobre la importancia de las razones y las emociones en el voto en general, la consideración personal de lo que guió el voto personal. La entrevista tuvo lugar en septiembre del año referido, y en la Ciudad de México; la muestra estuvo compuesta de 137 personas. En la medida de lo posible, se procuró la representación genérica, etaria, socioeconómica, escolar y de residencia en la ciudad. También se tomaron en cuenta las preferencias electorales, con objeto de observar la posible polarización ideológica y afectiva, en la población que dijo haber ejercido el sufragio (véase anexo metodológico descriptivo de las personas entrevistadas).

Además, se presentan datos de una encuesta preelectoral efectuada en mayo de 2024 en la CDMX, pues contextualiza cuantitativamente el tema. Su realización tuvo lugar en mayo, con una muestra de 400 sujetos, una confianza de 95% y margen de error de +- 5%; fue aplicada presencialmente, por secciones en distintos distritos electorales de las alcaldías de la Ciudad de México, procurando que las cuotas de género y edad estuvieran en relación con la ciudadanía de la urbe (véase también anexo metodológico). Así, en cierto modo se complementan varias cifras con algunos testimonios sobre el mismo tema. Las primeras ofrecen un panorama cuantitativo y representativo; los segundos profundizan y enriquecen significados; ambos se entrelazan en la medida de lo posible.

Enfoques teóricos

Varias son las teorías sobre el voto y las elecciones; hay enfoques culturales, racionales, sociológicos, psicológicos, y emocionales. En este caso, se toman en cuenta todos ellos, si bien el énfasis está en los sentimientos –intuiciones y emociones–, según perspectivas actuales. En principio, entre el voto racional y el voto emocional, parece haber oposición; sin embargo, no sólo es posible su combinación —o incluso el razonar sobre emociones y el emocionarse por una razón—, sino que hay una gama de factores que influye en el momento de ejercer o no el sufragio. En este estudio, se toma en cuenta el ejercicio del voto y se revisan teorías y enfoques sobre el tema, con su parte explicativa y más o menos aplicable a cada coyuntura electoral. Señala Sonnleitner:

Para comprender el comportamiento contradictorio de la participación electoral, hay que explorar la diversidad de formas de movilización ciudadana. Como lo muestra la sociología empírica del voto, éste puede apoyarse en dispositivos de tipo comunitario o identitario, psicológico, social o territorial, racional e individual, corporativo y/o clientelar. (2017: 429)

Aproximación sociológica y psicológica

Desde una mirada más sociológica, hay acercamientos a la explicación del voto, cuando el grupo parece muy importante (Lazarsfeld et al., 1962) —el grupo de pertenencia o identitario, y el grupo de adscripción ideológica—, así como a la comunidad que, como colectivo social, identifica intereses, desarrolla relaciones, expresa solidaridad y, en apariencia, también presión y confluencia. La familia, las amistades, el trabajo, los vecinos, el lugar de residencia, el estatus socioeconómico, la religión, el género, la edad y afinidades diversas, es decir, las adscripciones sociológicas más la coherción del grupo de pertenencia y la influencia de los líderes de opinión, entre otros factores, determinan la decisión electoral. Esto es lo que se ha llamado Modelo Columbia (Sonnleitner, 2017).

La identidad partidista que se gesta en la socialización parece un factor importante en la determinación o influencia del voto: afecto o no, apego o fidelidad, simpatía o antipatía hacia un partido, hacia una candidatura (Campbell et al., 1980): se trata de un sufragio identitario y emocional. Sin desconocer lo político y social, se parte de una visión más psicológica, en la que se encuentran explicaciones del voto, según el Modelo Michigan (Sonnleitner, 2017). La ideología tiene su papel; permite diferenciar una opción política de otra; un partido de otro, o permanecer en el tradicional eje izquierda-derecha, progresista-conservador, como se denomina habitualmente –aunque todo es más complejo en nuestros días–. En este caso, prima una identificación ideológica desde lo cognitivo.

Campbell et al. (1980) consideran que las personas saben y opinan sobre asuntos políticos; sin embargo, su mirada puede estar sesgada por su grupo de pertenencia, por su identificación partidista o ideología política —por ejemplo, izquierda y derecha—, lo cual se considera opiniones conscientes. También se piensa que es posible expresar opinión y sentimiento sin necesidad de obtener un resultado, toda vez que hay identidad política por partido y de manera simbólica. No obstante, se tiende a proteger de forma instrumental los intereses, dando —por ejemplo—el triunfo a un candidato, cumpliendo el deber comunitario y, además, evaluando y teniendo en cuenta el bienestar percibido (Campbell, 2006; Fiorina, 1976). En todo momento está presente el contexto personal, social e ideológico, en el sentido del cálculo costo beneficio de la acción de la persona, y de la afectación en el contexto, de percepciones e intereses, de manera consciente, quizás inconsciente. La cultura y socialización política tiene influencia en todo esto; se reproducen formas de pensar y actuar que a veces se combinan con sentimientos morales y preferencias personales o culturales. El voto aglutina un conjunto de factores y situaciones, personales y sociales, económicas y políticas, beneficios y principios, creencias y valores, intuiciones y emociones, sentimientos y comportamientos.

Voto racional y emocional

Uno de los enfoques más considerados hasta fecha reciente es el del voto racional entre la oferta y la demanda política, según un modelo económico. Se trata de tener en cuenta las expectativas de costos y beneficios, el sufragio como un cálculo racional en un contexto de intereses, oportunidades y ganancias; el voto es más selección que preferencia, la satisfacción por participar como acto social, además del apoyo particular a una fuerza política y su proyecto (Downs, 1957; Dahl, 1973; Riker Ordershook, 1968; Aldrich, 1993). Es el modo del homo economicus, cuando los beneficios de votar compensan los costos, satisfacen el pago con intereses y ganancias según la teoría de la economía de la conducta, maximizando la utilidad y también minimizando el arrepentimiento (Ferejahn y Fiorina, 1974).

Por otra parte, está la evaluación de las políticas del gobierno, la valoración del bienestar personal y social, y las expectativas de los programas políticos y sociales. En últimas fechas, la teoría de juegos también postula la importancia de posturas y decisiones de los actores individuales y colectivos en forma de una estrategia que busca la racionalidad, la reciprocidad y la máxima utilidad, incluso agradecimiento o castigo (Sánchez, 2023). Aquí entra el sufragio que pretende conseguir una recompensa o evadir un acto punitivo, esto es, obtener un beneficio o no perderlo. En cuanto a lo dicho de la evaluación de las políticas —proyectos y prácticas— tiene que ver con lo cognitivo y emotivo, el agradecer o castigar con lo conductual y afectivo también; hay, de alguna forma o en alguna medida, una combinación entre lo emocional y racional. Y es que ambos aspectos parecen condenados a combinarse y convivir, de manera consciente e inconsciente, se reconozca o no.

La Teoría de la Inteligencia Afectiva (Marcus, 2002) sostiene la importancia de las emociones en las decisiones políticas, de los sentimientos hacia el partido y hacia el candidato; ya sean positivos —esperanza, orgullo y entusiasmo—, que producen un voto impensado, o negativos —miedo, angustia, enojo—, que propician la búsqueda de información y reflexión, y que tienen que ver con los sistemas de procesamiento cerebral de toma de decisión —disposición habitual y sistema de vigilancia—. En este mismo enfoque, Brader (2006) señala que las emociones anteceden a las decisiones políticas; las positivas abren la mente a recibir mensajes que confirmen las ideas preconcebidas; las negativas no modifican las creencias previas en principio, pero sí motivan la reflexión y la posibilidad de hacerlo, con todas sus consecuencias por el cambio. Los sentimientos también se subrayan en los movimientos sociales como movilizadores de protesta —indignación y esperanza—, identidad colectiva, sentimientos morales —aprobación y rechazo— y emociones recíprocas y compartidas en lo interno (Jaspers, 1997; 2013). Las emociones y juicios morales destacan en la evaluación política —ira y compromiso— y la toma de decisión (Nussbaum, 2012; 2014).

Una perspectiva nueva y que hoy en día cobra auge es el voto emocional. Westen (2007) afirma que el cerebro político es emocional, y que 80% de las decisiones electorales se toman por emociones que no tienen presentes las propuestas políticas; voto y elecciones son resultado de estados de ánimo y sentires. Apunta que la inteligencia política es inteligencia emocional; se posee empatía hacia un candidato y se desarrolla conexión hacia él, o todo lo contrario. Eso sí, tras la decisión emocional viene la justificación argumentativa racional. Dentro de esta mirada, también las concepciones son diversas; van de la reacción emocional a la intuición, la evaluación y el sentimiento moral, el proceso cerebral y el papel de la intuición y de la emoción en la decisión y la acción (Le Doux, 2007; Kahneman, 2000; Gigerenzer, 2008; Haidt, 2019; Nussbaum, 2012). Si bien el cálculo racional existe, así como los determinantes culturales e institucionales, no es menos cierto que las emociones y los sentimientos morales poseen también peso propio.

También es posible hablar del *homo reciprocans* (Gallego, 2007) que se inspira en sentimientos morales, tales como la reciprocidad y la cooperación, es decir, agradecer, premiar o castigar. Se percibe amabilidad o descortesía en la relación con la política o las candidaturas, con lo cual se trata de un cooperador condicional; además, el poder sentirse satisfecho con cierto pago material personal o hacia los demás; lo cual se suma también a preferencias sociosentimentales morales distintas del interés propio. El altruismo, la justicia, el amor, el igualitarismo, así como, la envidia, la culpa y la vergüenza son algunos de los sentimientos en los que se finca esta mirada (Gallego, 2007). En todo caso, la actitud de los votantes se focaliza en el bienestar y la redistribución, en el sentimiento de reciprocidad que motiva a votar o a no votar sin importar el costo; también en la imagen y actos de la persona que encarna la candidatura según percepciones ciudadanas (Fong et al., 2006). Dentro de un enfoque evolutivo, sobresale el voto de opinión, lo dicho sobre el sentimiento de reciprocidad, desempeño gubernamental, y la percepción de la candidatura; esto es, un voto de opinión según debates, campañas y candidatos, por sobre otras variables antaño consideradas destacadas —sociodemográficas, percepciones del contexto económico, identificación partidista, ideología del votante—y, en especial, la percepción de las personas candidatas (Hoskin et al., 2005), quizás al calor de los medios y la redes sociodigitales actuales. Se trata, pues, de un voto moral y quizás a modo de intercambio —no sólo clientelar; también está presente la rendición de cuentas (Sonnleitner, 2017)—, donde lo corporativo y la identidad tienen su rol, los sentimientos de agrado o disgusto hacia un candidato sobresalen, y lo racional se finca en los considerados beneficios colectivos (Gutiérrez, 2024).

Para cerrar este punto, la importancia de las nuevas tecnologías en la prominencia de los afectos en la política ha de tenerse en cuenta (Arias, 2016). Otra cuestión interesante es la concepción del voto como un comportamiento de origen multifactorial. Se trata de una decisión y una acción puntual, pero resultado de varias causas o factores. Situaciones y coyunturas se encadenan en el tiempo y el espacio; desde las características socioeconómicas y demográficas (Moreno, 2014), hasta los aspectos culturales contextuales, ideológicos, sin obviar la razón instrumental con la intención de promover o defender una causa o un beneficio que puede ser individual e interesado o social y altruista, como respuesta racional y calculada a una situación dada (Downs, 1957), las cuestiones identitarias partidistas y emocionales en general (Campbell et al., 1980), hasta el sentido de eficacia u obligación, e incluso la satisfacción de participar.

Por otra parte, están los asuntos relacionados con el atractivo, imagen y simpatía del candidato en cuestión (Gallego, 2007), así como la evaluación de la situación socioeconómica del país y las expectativas de futuro, según los diferentes proyectos políticos —entre la experiencia y el imaginario—, todo lo cual está atravesado por las percepciones y emociones de la ciudadanía.

Resultados: visiones ciudadanas

Una mirada cuantitativa: emociones, razones y motivos

Para contextualizar, presentamos una encuesta que se aplicó días antes de la elección en la Ciudad de México. Esboza un panorama emocional, según las tendencias del voto. El punto que se deseaba averiguar fue el siguiente: ¿Qué emociones, razones y motivos influyen en la decisión del voto? Para responderlo, en la encuesta se incluyeron cuatro preguntas, de las cuales las dos primeras apuntaban directamente a la emoción —si ganaba o no ganaba el candidato preferido—, mientras que las dos siguientes se enfocaban en las razones, los motivos del sufragio. La encuesta es interesante, porque permite observar cómo estaba el clima emocional en el momento de su realización, y conocer la opinión pública: cómo se piensa, qué influye para que se decida a votar, cómo ejerce el voto y a quién favorecerá. En grandes trazos, si gana quien se desea, se declara la esperanza; pero si eso no acontece, surge el enojo, entre otras emociones destacadas (tablas 1 y 2).

Hay que recordar que los acercamientos al voto toman en cuenta el grupo identitario, la adscripción ideológica (Lazarsfeld et al., 1962) y la identidad partidista (Campbell et al., 1980), entre otras cosas. Así, según la primera tabla, si CSP lograba el triunfo, las emociones positivas (esperanza y seguridad) alcanzaban 46.14%, y las negativas (enojo y miedo) 19.95%. Si XGR obtenía la victoria, surgían emociones positivas en 18.7%, pero negativas en 46.88%.

Tabla 1. Si mañana fueran las elecciones, ¿cómo se sentiría usted si gana las elecciones?

	Esperanza	Seguridad	Enojo	Miedo
Claudia Sheinbaum	33.42	12.72	11.22	8.73
Xóchitl Gálvez	11.97	6.73	24.69	22.19
Jorge Á. Máynez	14.71	6.73	14.96	9.73

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

Pero si CSP no ganaba los comicios, las emociones negativas (enojo y miedo) sumarían 35.91%, y las positivas (esperanza y seguridad) 20.7%. En el caso de que XGR no obtuviera la presidencia, las emociones positivas serían de 31.67%, y las negativas de 16.46%.

Tabla 2. Si mañana fueran las elecciones, ¿cómo se sentiría usted si no gana las elecciones?

	Esperanza	Seguridad	Enojo	Miedo
Claudia Sheinbaum	15.71	4.99	24.44	11.47
Xóchitl Gálvez	22.94	8.73	8.48	7.98
Jorge Á. Máynez	13.22	5.74	6.48	3.99

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

De esta manera, las emociones positivas hacia la victoria de una candidata conducen al sufragio, y a la inversa. Las emociones esbozadas, la esperanza, la seguridad, el miedo y el enojo hacia partidos y candidaturas son clave en las decisiones políticas (Marcus, 2002; Brader, 2006). Los hallazgos de este ejercicio demoscópico están en correlación con los resultados electorales que dieron el triunfo a Claudia Sheinbaum.

Si la muestra se divide en submuestras por intención de voto, la esperanza es señalada por todos los seguidores de su candidato, y el enojo se declara hacia la fuerza política y candidatura adversaria. También hay seguridad al triunfar la candidata de su preferencia y miedo por lo contrario (tablas 3 y 4). Conviene ahondar en los sentimientos de cada uno a la hora del ejercicio del sufragio según preferencias.

Otra cosa es tomar el grueso de la muestra y obtener tendencias afectivas según resultados electorales, que se correlacionan coherentemente, por lo que es posible decir que las emociones desempeñan un rol importante en las selecciones y el sufragio, junto con otros factores, como se expuso al inicio de este texto. Quizás el voto es emocional como el cerebro (Weten, 2007) o tal vez combinado con aspectos racionales (Donws, 1957; Dahl, 1973), como se mostrará a continuación.

Tabla 3. Submuestra preferencias hacia Claudia Sheinbaum

	Gana	No gana	Gana XG	No gana XG	Gana JAM	No gana JAM
Esperanza	56.72	5.97	2.49	32.34	9.95	16.92
Seguridad	19.40	0.50	1.99	12.44	5.97	6.97
Enojo	1.99	43.28	38.31	3.98	20.90	4.98
Miedo	1.00	17.91	28.36	3.48	10.45	2.49

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

Tabla 4. Submuestra preferencias hacia Xóchitl Gálvez

	Gana	No gana	Gana CS	No gana CS	Gana JAM	No gana JAM
Esperanza	53.33	4.00	1.33	37.33	6.67	12.00
Seguridad	24.00	1.33	2.67	20.00	5.33	9.33
Enojo	1.33	33.33	33.33	2.67	16.00	2.67
Miedo	2.67	25.33	29.33	4.00	13.33	4.00

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

En relación con las razones y motivos de acudir a votar y hacerlo por una determinada fuerza política, se encuentran los siguientes puntos. Entre las razones, destacan las siguientes: el voto es derecho; es una forma de fortalecer la democracia; permite apoyar o rechazar al gobierno; es una obligación. Entre las emociones, destaca la simpatía por un partido (Westen, 2007); como un cálculo racional, la conveniencia (Donws, 1957). Ambas cuestiones son vistas en teoría y se desglosarán y ahondarán en el siguiente punto. Al momento de detallar la encuesta en submuestras según intención de voto, todo mundo subraya la primera y la segunda razón, mientras que, en el punto de rechazo de gobierno, sobresale quien apunta las preferencias por la candidata opositora (tabla 5).

Tabla 5. En las próximas elecciones, ¿por cuál de las siguientes razones acudirá a votar?

Razones	Total	Sheinbaum	Gálvez	Máynez
Porque es un derecho	32.17	31.84	32	36.17
Para fortalecer la democracia	17.71	18.41	16	21.28
Porque es una obligación	13.22	14.93	12	8.51
Para apoyar al gobierno	10.72	12.44	13.33	10.64
No contestó	10.22	7.96	4	8.51
Para rechazar al gobierno	5.24	1	14.67	6.38
Porque simpatizo con un partido político	5.24	6.47	4	6.38
Porque me conviene	4.00	4.98	4	2.13
No sabe	0.75	1	0	0
No votaré	0.75	1	0	0
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

Respecto a los motivos que llevaron a votar por un partido político, destaca, en primer lugar, el programa y las propuestas, lo que fue remarcado en las entrevistas posteriores como parte de voto racional (Riker Ordershook, 1968; Aldrich, 1993); en segundo lugar, el cambio fue la motivación del sufragio. En menor número se ubicó la continuidad, como incentivo del sufragio (Sánchez, 2023). El candidato o candidata destacan en el sentido de lo ya visto de la importancia de la opinión y emoción que estos despiertan (Gallego, 2007). Finalmente, el beneficio personal remite al voto racional y quienes parecen suscribirlo más son los electores de Gálvez. Por su parte, el voto a Sheinbaum destaca en el sentido de continuidad —es la candidata oficialista—, y quienes prefieren a Gálvez aducen el cambio —se trata de la opositora— (tabla 6).

Tabla 6. ¿Usted qué motivo tiene para votar por un determinado partido político?

Motivos	Total	Sheinbaum	Gálvez	Máynez
Programa y propuestas	45.14	45.77	37.33	42.55
Cambio	17.71	13.43	30.67	17.02
Candidato (a)	10.97	12.44	10.67	14.89
Continuidad	6.23	10.45	2.67	2.13
Beneficio personal	5.74	4.98	10.67	4.26
No contestó	5.24	2.49	2.67	10.64
Tiene más apoyo	3.49	3.48	1.33	8.51
Otro	3.00	3.48	2.67	0
Costumbre	2.49	3.48	1.33	0
Total	100	100	100	100

Fuente: Encuesta preelectoral, CDMX, 2024.

Expuesto lo anterior, en las siguientes líneas, mediante los testimonios en la entrevista se ahondarán pensares y sentires sobre el voto. De esta manera, se combina la perspectiva cuantitativa amplia y general, con la cualitativa detallada y profunda. Conviene recordar que la encuesta fue preelectoral, por lo que muestra la emotividad por la coyuntura, la campaña y los ánimos. En cambio, puesto que la entrevista fue aplicada con posterioridad y a cierta distancia temporal, los ánimos aparecen más calmados, con la posibilidad de introspección y reflexión que facilita el paso de los días; a esto hay que agregar las características de la propia técnica.

Una mirada cualitativa en general, votar, razonar, emocionarse

Una de las preguntas de la entrevista poselectoral fue abstracta y general: “¿Qué es más importante para decidir el voto: las razones o las emociones? Explíquelo, por favor”. Si se hace un recuento cuantitativo, los resultados marcan una clara tendencia hacia las razones (tabla 7)¹. Eso sí, en la revisión detallada de los testimonios es posible ahondar en la riqueza explicativa de significado; de ahí que se expongan ampliamente, con el objeto de presentar las voces en su versión original, desde la genuina expresión de la población.

Tabla 7. ¿Qué es más importante para decidir el voto: las razones o las emociones?

Razones	99
Emociones	19
Ambas	19

Fuente: Entrevista poselectoral, 2024.

Razones

Representan:

Un voto inteligente y se basan en información, datos y conocimiento.

- Las razones. Decidir el voto por las razones a través de la información sobre candidatos y partidos presentada es mejor que realizar una votación a partir de las emociones; un voto razonado es un voto inteligente (H 24 Estudiante. U, B, Tla).
- Las razones, porque debemos ser inteligentes para elegir gobernantes (M 22 Estudiante. U, M, Xoc.).
- Las razones, porque no importa el sentimiento, sino que te informes de la realidad (risas) ¿no? Pues sí, porque el sentimiento no te va a dejar ver lo que está pasando (M 56, Ama de casa. U, M, Coy.).
- Las razones son más importantes para decidir el voto, ya que basan la decisión en datos y propuestas concretas. Permiten elegir al candidato que mejor represente nuestras necesidades y prioridades. Las emociones pueden influir, pero es esencial que las decisiones se fundamenten en argumentos y políticas claras (M 45 Desempleada. U, A, Izt.).

Hechos, acciones, experiencias.

- Las razones, están fundamentadas en argumentos y hechos comprobables además que independientemente de la simpatía que se pueda tener con partidos o figuras políticas, son más importantes las propuestas o maneras de trabajar de cada uno. Y las emociones no, porque eso es visceral y no se puede dar una respuesta razonable (M 40 Psicóloga. U, M, Tla.).
- Para mí son las razones, veo más avances, creer en algo por las acciones que por las emociones (H 23 Estudiante. U, B, Coy.).
- Las razones. Creo que un votante informado toma decisiones con base en hechos y propuestas (M 42 Empresaria. U, A, MH.).
- Las razones, porque con hechos es que seguimos confiando en los partidos (M 39 Obrera. SE, B, Coy.).
- Las razones. Creo que las propuestas y la experiencia son fundamentales para tomar una decisión informada (H 50 Técnico en electrónica. U, M, BJ.).

Planes y proyectos, sin olvidar las propuestas, como se afirma en la encuesta como principal motivo del voto; tienen que ser buenas, prácticas y funcionales, susceptibles de implementación y para resolver problemas, como se detalla en la entrevista. Son parte de la información ya expuesta.

- Las razones. Es importante conocer los proyectos, planes, estrategias que se planean llevar a cabo durante su mandato (H 34 Pediatra. U, A, Cu.).
- Las razones son más importantes, porque el voto debe basarse en propuestas concretas y en la capacidad de los candidatos para cumplirlas, como implementar y que sirvan (M 34 Trabajadora social. U, M Coy.).
- Las razones. Vamos a saber elegir una buena propuesta y descartar la que no es viable. Si ejerzo mi derecho al voto, es porque estoy convencido, porque la propuesta es razonable ante mi perspectiva (H 30 Ingeniero industrial. U, M, BJ.).
- Las razones; como dije, propuestas que ofrece para solucionar los problemas sociales (H 44 Empleado. U, M, Coy.).

Objetividad, lógica, crítica, reflexión, responsabilidad y consciencia; incluso juicio moral (Gallego, 2007).

- Razones, por lógica (H 35 Contador. U, A, GAM.).
- Las razones, porque ahí podemos ser más objetivos (H 61 Ingeniero agrónomo. U, A, Tla.).
- Las razones, porque las emociones te hacen hacer estupideces; debes pensar en qué puede aportar el candidato al país y no si te simpatiza. Se debe ser objetivo y concreto (M 27 Cajera. Izt.).
- Las razones. A la hora de tomar decisiones, tenemos que ser críticos, más allá de lo que sentimos (H 26 Enfermero. B, M, MA.).
- Las razones. Debemos ser responsables y leer bien las propuestas (M 35 Ingeniera. U, M, Cuah.).
- Siempre la razón, pues en la razón somos conscientes de lo que hacemos (H 60 Secretario. U, M, Tla.).
- Las razones, porque reflexionas quién es mejor candidato para el puesto (M 45 Ama de casa. S, B, Coy.).
- Las razones, porque se piensa lo correcto y justo; si nos dejamos llevar por las emociones, no dirigiremos un país de la mejor forma para todos (M 50 Empleada. Izt.).

Interés o beneficio, individual o hacia la sociedad y el futuro del país; o las dos cosas, como recogen algunos relatos al respecto (Downs, 1957). La conveniencia y el interés personal, como razones y motivos expuestos en la encuesta.

- La razón, porque es lo que nos hace tomar una decisión consciente para nuestro beneficio y para nuestro país (M 53 Comerciante. B, M, Tla.).
- Las razones, en las cuales puedes analizar cuáles son las más convenientes para la sociedad (M 55 Doctora. U, A, Coy.).
- La razón, porque es lo que nos ayuda a tomar una decisión buena para el futuro del país (H 48 Comerciante. S, M, Tla.).
- Las razones, porque las emociones no tienen que jugar en eso, ya que tenemos que pensar qué es lo más beneficioso para el país (H 52 Gestor empresarial. U, M, Coy.).

Lo contrario a las emociones, que no ayudan, son subjetivas, nublan, son ambiguas, volubles; por lo tanto, la simpatía o el carisma no son la mejor manera de elegir ni que alguien caiga mejor o peor. No es bueno el gobierno de las emociones, lo cual recuerda la obra de Camps (2012) o Nussbaum (2012), al respecto de la necesidad de equilibrar.

- Razones, porque no puedes sobreponer las emociones sobre las decisiones fundamentales para el sistema político mexicano (M 20 Estudiante. U, M, BJ.).
- Las razones, pues hay que ser poco subjetivos a las problemáticas de nuestra sociedad, pues el cambio no es para unos pocos, es para todos (M 21 Vendedora. U, B, lzt.).
- Las razones, porque las emociones son ambiguas (M 38 Gerente digital de aplicaciones móviles. U, M, Coy.).
- Las razones, pues no importa si tienen carisma; lo importante es que cumplan (M 37 Psicóloga. U, M, lzt.).
- Las razones. Una emoción es voluble y creo que un voto razonando es más acertado que uno basado en emociones (M 35 Empleada. B, M, GAM.).
- Creo que las razones, porque de emociones muchas veces nos nublamos (M 35 Ama de casa. B, M, lzt.).

Lo anterior es un análisis descriptivo y argumentado de razones. No obstante, es notable la continua comparación con las emociones, a las que se devalúa y desestima. En un análisis más profundo, cabe preguntar por qué no basta exponer y explicar razones como opción seleccionada, por qué se insiste en contrastar y desechar —es obvio que no se hace— las emociones; tal vez es negación, autoconvencimiento, proyección. Es, en todo caso, un reconocimiento indirecto, no tanto por omisión como por señalamiento y desestimación.

Emociones

Fueron numéricamente poco importantes y no siempre positivas. Representan:

Creencias y el sentir, en sentido amplio, o sobre las candidaturas de forma específica. Aparecen con relación a la cognición y la acción.

- Creo que las emociones tienen un papel más grande de lo que pensamos; porque, aunque intentemos ser racionales, nuestras creencias y sentimientos terminan influenciando nuestra decisión (H 50 Químico. U, A, MH.).

Promesas, identificación y la confianza hacia quien ostenta la candidatura (Hoskin et al., 2005; Fong et al., 2006), el papel de identidad social (Tajfel, 1982; Turner, 1987). En la encuesta, se declara la simpatía por el partido como razón, y la motivación que también ejerce el candidato o la candidata.

- Las emociones. Me dejo llevar por cómo me hace sentir el candidato y sus promesas (H 29 Vendedor ambulante. P, B, VC.).
- Las emociones; porque, al final del día, votamos por quien nos inspira más confianza o con quien nos sentimos más identificados como grupo (M 39 Contador público. U, M, Coy.).

Diferentes niveles o grados de intensidad y movilidad; guían, llevan, incluso manipulan.

- Las emociones. Me guío mucho por cómo me hacen sentir las propuestas y la persona que se postula (M 35 Empleada doméstica. S, B, lzt.).
- Las emociones porque me dejo llevar por lo que siento hacia los candidatos y cómo me hacen sentir lo que dicen (M 32 Trabajadora. S, B, Cuah.).
- Las emociones. Debido a que se hace un mayor uso de la manipulación de emociones (H 60 Empleado. B, lzt.).
- Orientación, motivo para mejorar la vida de la familia o del pueblo, un sentimiento moral y de reciprocidad, en este caso (Gallego, 2007).
- Las emociones, pues me guío por lo que creo que puede mejorar la vida de mi familia (M 50 Vendedora. SE, B, VC.).
- Los sentimientos, ya que si eres patriota te vas por el mejor o [por] la candidata del pueblo (H 20 Estudiante. U, B, GAM.).

En este segundo apartado, no aparece el contraste entre razones y emociones.

Una vez revisada la exposición de razones y emociones por separado, ahora se presentan las percepciones de quienes consideran a ambas importantes en la decisión electoral; la comparación tiene lugar, junto con la complementariedad.

Razones y emociones

Representan:

Por una parte, la evaluación de propuestas, el bien común, lo objetivo, lo que conviene (Downs, 1957; Gallego, 2007); por otra parte, las percepciones, sentimientos, desde el sentir general, hasta la confianza y conexión con las candidaturas, en particular (Gallego, 2007; Gutiérrez, 2024), entre otras cosas.

- Ambas, se necesita pensar y sentir para poder decidir algo, en este caso algo que te haga sentir seguro, pero con base a hechos (H 27 Administrador. U, M, Xoc.).
- Ambas. Las razones, porque hay que razonar en lo que conviene como ciudadano y al país, en general. Las emociones, porque crees en el cambio que habrá si votas por las personas que te inspiran confianza (M 65 Ama de casa. B, B, Coy.).
- Considero que las razones son más importantes, porque votar debe basarse en propuestas concretas y en la capacidad de los candidatos para implementar políticas efectivas. Sin embargo, las emociones también influyen, especialmente, cuando se trata de confianza en la integridad de los candidatos (M Trabajadora. 47).
- Para mí, es igual de importante. Necesito sentirme conectada con el candidato y su visión, pero también analizo propuestas y política de manera objetiva (M 21 Estudiante. U, M, Coy.).
- Ambas. Las emociones paralelamente van con los ideales que cada individuo tiene, y las razones porque hay que considerar el bien común como el bien particular (H 30 Profesionista. U, M, lzt.).

Una decisión conjunta y equilibrada (Camps, 2012).

- Ambos factores son importantes en la decisión del voto. Las razones proporcionan una base lógica para tomar decisiones, como evaluar las propuestas y políticas de los candidatos. Las emociones pueden influir en cómo se perciben esos candidatos y propuestas. Por ejemplo, la empatía y la confianza personal también juegan un papel crucial en la decisión. Idealmente, una combinación de razones y emociones ayuda a tomar una decisión equilibrada (H 27 Radiólogo. U, A, Izt.).
- Las dos, la neta. O sea, las razones son clave porque hay que ver qué proponen de verdad; pero las emociones también cuentan, porque uno quiere sentir que el candidato te representa (H 32 Comerciante. B, B, Xoc.).
- Para mí, es un 60 razones y 40 emociones. Como empresario, necesito ver propuestas concretas y beneficios, pero también busco un liderazgo que me inspire confianza y comparta sus valores (H 51 Empresario. U, A, MA.).

Se señala hacia las dos, pero se produce tensión y contracción, cuando no tautología.

- Ambas son importantes, pero las razones deben prevalecer. Es importante analizar las propuestas de los candidatos (H 35 Profesor. U, M, Coy.).
- Las razones deberían ser la base de una decisión, pero no puedo evitar sentirme influenciado por las emociones (H 23 Estudiante. U, M, Coy.).
- Las dos son importantes, pero creo que las razones son lo principal por obvias razones (H 21 Estudiante. U, B, Izt.).

Así, las razones prevalecen, pero también se consideran las emociones y su influencia.

Otra interrogante de la entrevista se concreta en el espacio y el tiempo: nos referimos a si, en el voto personal, hubo una consideración de importancia de razones y propuesta o emociones, en la convocatoria electoral de 2024 en México. En este punto, las razones se mantienen en primer lugar como respuesta directa y mayoritaria. Es importante tener presente que la encuesta anterior fue genérica, aunque se realizó poco tiempo después de las elecciones; en cambio, lo que a continuación se presenta refleja una opinión más específica y personal.

Personalmente: mi voto fue por razones

Tras la revisión de las opiniones en abstracto, donde se entrelazan el voto, las preferencias, las razones y las emociones en la coyuntura de entonces, en este apartado se ahonda mediante una nueva pregunta, que da título a la siguiente tabla.

Tabla 8. ¿En 2024, usted votó por razones y propuesta, o votó guiado por emociones? Explíquelo.

Razones		109
Emociones		12
Ambas		16

Fuente: Entrevista poselectoral, 2024.

De entre las tres opciones que se ofrecen, destacan las razones. Por la focalización electoral, también se mencionaron razones y emociones, y se nombró su preferencia política concreta. Aunque esto ya estaba presente en otras respuestas, por lo cercano de la convocatoria, aquí eso es más notorio. En cuanto a las tendencias de significado y explicativas, son similares a las ya expuestas. Por ejemplo, en alguna ocasión se señaló: “Por ambas. Ya lo expliqué en la anterior pregunta.” (M 21 Estudiante. U, M, Coy).

Razones

Se presentan:

La información, el conocimiento y el saber. Se añaden el revisar, analizar y evaluar propuestas políticas y planes —el primer motivo en la encuesta—. Lo anterior ya se había visto, aunque no de manera tan reiterada y profunda como aquí se expresa.

- Voté guiado por la información que obtuve. (H 19 Estudiante. U, B, Tla.)
- Por razones y propuestas, porque era importante saber y conocer. (M 45 Comerciante. S, M, GAM.)
- Razones y propuesta, porque hay que analizar lo que proponían. (M 39 Reclutadora. U, M, Coy.)
- Yo, por razones, ya que estudié las propuestas y la posición de mi candidato. (H 22 Estudiante. U, B, Coy.)
- Voté por razones y propuestas. Evalué las políticas y planes que cada candidato proponía, considerando cuáles serían más beneficiosos para el país a largo plazo. (H 35 Trabajador. M, Azc.)

Además de informarse y evaluar, aparecen los términos propuestas, programas y proyectos, y la consideración de mejorar y de solucionar, es decir, llevarlas a la práctica en la realidad.

- Voté por razones y propuestas; de manera personal, las que me convencieron y vi con mayor posibilidad su realización. (H 24 Estudiante. U, B, Tla.)
- En 2024, mi voto fue más basado en razones y propuestas, ya que estaba buscando qué soluciones ofrecían los candidatos. (M 23 Estudiante. U, B, Coy.)
- Voté por razón y propuestas porque estamos en una época en la que México, a mi parecer, necesita ser visto como un país que puede llegar a ser potencia con el presidente adecuado. (H 20 Estudiante. U, Coy. En 2024)

Lo que es mejor para uno —lo que conviene o beneficia que aparece en la encuesta como razones y motivos (Downs, 1957)— y, especialmente para el país (Gallego, 2007; Gutiérrez, 2024). Esto constituye otro gran grupo de significados: los intereses y necesidades individuales y también colectivos.

- Porque sus propuestas son las que más se apegan a mis intereses y necesidades. (H 36 Sommelier. S, M, Quah.)
- Voté por razones y propuestas en beneficio a mí y a mis hijos. (H 64 Vendedor. P, B, MC)
- Voté guiado por razones y propuestas. Evalué los programas de cada candidato y tomé lo que me convenía. (M 34 Trabajadora social. U, M Coy.)
- Por razones y propuestas, porque tienes que analizar cada una de ellas para ver qué es mejor para uno como persona y para el país. (H 20 Estudiante. U, B, Coy.)
- Razones y propuestas, justamente porque me tomé el tiempo de revisar y leer los proyectos y planes que se tenían, una decisión basada en lo que considero mejor para el futuro del país. (H 34 Pediatra. U, A, Cu.)

Contraposición entre razones y emociones se reitera. Alguien respondió que votar por emociones es irresponsable, que no se dejó llevar por ellas, y que se debe hacer por razones. Alguien más considera que vota más por razones, pero, según su percepción personal, la gente en general lo hace por emociones. Aparece la oposición “yo tengo la razón” frente a “ustedes no tienen la razón, sino que se dejan llevar por la emoción, por la identidad social (Tajfel, 1982) u otras cuestiones como la tradición familiar, la costumbre”, según motivo en la encuesta o el voto por grupo de pertenencia, la familia, grupo de adscripción ideológico y partidista (Campbell et al., 1980; Sonnleitner, 2017).

- En 2024, voté por razones y propuestas; siempre debe ser así. (H 60 Secretario. U, M, Tla.)
- Por propuestas y razones, porque sería irresponsable votar por emociones sin tener razones y fundamentos. (M 23 Estudiante. U, M, Izt.)
- Por razones y propuesta; no me dejé guiar por ninguna emoción, como hace la gente. (M 45 Secretaria. B, M, Xoc.)
- Voté por razones y propuestas; no me guie por emociones ni por tradición familiar, como otros. (H 21 Estudiante, U, M, Coy.)
- Como te comentaba, me basé más en las razones que en las emociones, ya que mi voto fue más en base a mis garantías individuales y no a lo que me inculcaron, de elegir al pri sin importar nada. (H 61 Pensionado. U, M, Izt.)

Razones, pero en la misma oración aparece claramente la emoción (Damasio, 2006), por lo que a veces es imposible separarlas o reconocer su funcionamiento, consciente o no.

- Por razones y propuestas; desde siempre he confiado en mi partido y, para mí, ésta era la oportunidad de un buen cambio para el país, un cambio de gobierno. (H 26 Fisioterapeuta. M, Cuah.)
- Realmente estaba más de acuerdo y simpatizaba más con aquellas razones que nos beneficiarán. (H 52 Gestor empresarial. U, M, Coy.)
- Por razón y propuestas; siento que los simpatizantes de Morena votaron por emoción, sin pensar en el futuro del país. (M 50 Turismo. B, M, Coy.)
- Razones: era detener a López. (M 44 Ama de casa. S, M, Coy.)
- Por razones y propuestas; porque queríamos sacar a Morena del gobierno [y] porque tenemos razón al querer sacar a López Obrador. Sé de historia y no me gustaron sus propuestas. (M 50 Administradora pública. U, A, BJ.)

El nombre de la persona por quién iban a votar. La mayoría de estas respuestas giraban en torno a Claudia Sheinbaum —excandidata oficial y ganadora de la contienda— y a sus propuestas.

- Por propuestas, porque vamos con el plan C. (H 20 Embalsamador. U, M, Izt.)
- Voté por razones. Analicé bien las propuestas de Sheinbaum y me parecieron las más viables. (M 33 Secretaria. U, M, BJ.)
- Principalmente, por razones y propuestas. Las propuestas de Claudia Sheinbaum sobre educación resonaron conmigo. (H 35 Profesor. U, M, Coy.)
- Voté por razones. Evalué las propuestas de Sheinbaum sobre empleo y servicios. (H 45 Trabajador construcción. S, B, Coy.)
- Por razones y propuestas; siento que la candidata Claudia tenía mejores propuestas y se veía más preparada. (H 48 Comerciante. S, M, Tla.)
- En 2024, voté principalmente por razones y propuestas. Elegí a Claudia Sheinbaum, porque considero que tiene la experiencia y el compromiso necesarios para liderar el país hacia un futuro más justo y sostenible. (M. 55 Ama casa. S, B, Coy.)

El deseo de continuar, en general, con el proyecto global de la 4T.

- Razones y propuestas, porque estoy a favor de la 4T y las propuestas eran continuar en este proceso, con un segundo piso de la 4T. (H 30 Profesionista. U, M, Izto.)
- Por razones y propuestas, porque me parece que lo propuesto por la Dra. Claudia Sheinbaum. continuará el buen trabajo que se realizó en el sexenio anterior. (M 40 Psicóloga. U, M, Tla.)
- Razones y propuestas, primordialmente por la continuación de las propuestas de amlo. (H 43 Servidor público. U, M, Tla.)

En varias ocasiones, el nombre de Xóchitl Gálvez, excandidata opositora.

- Razones y propuestas. Xóchitl tuvo verdaderas intenciones de informarnos. (M 60 Pensionada. B, M, Coy.)
- Las propuestas económicas de Xóchitl Gálvez se alineaban con mis intereses. (M 42 Empresaria. U, A, MH.)
- En 2024, voté por razones y propuestas, específicamente las de Xóchitl Gálvez. Su enfoque en la lucha contra la corrupción y en la inclusión social fueron clave para mi decisión. (M 50)
- En 2024, voté guiada por razones y propuestas. Mi decisión estuvo basada en el análisis de las propuestas de Xóchitl Gálvez y su capacidad para enfrentar los desafíos del país. Aunque las emociones también juegan un papel, me centré en las políticas concretas y su potencial impacto positivo. (M Trabajadora. 45 U, A, Izt.)

El nombre de Jorge Álvarez Máynez, excandidato opositor.

- Voté por razones. Las propuestas de Jorge Álvarez Máynez en temas de seguridad y justicia social fueron clave para mi decisión. (H 50 Técnico en electrónica. U, M, BJ.)
- Voté por razones, [Álvarez] Máynez me convenció con sus ideas y su enfoque en justicia social. (M 45 Maestra de primaria. U, M, Coy.)

Emociones

Las narraciones de emociones como motor del sufragio no sólo son pocas, sino breves en cuanto a su contenido. Aparecieron:

Dejarse llevar por lo que se percibía como correcto o lo que parecía auténtico; al parecer, un voto intuitivo (Haidt, 2019).

- Por emociones, porque —la verdad— no estaba informado de las propuestas. (H 19 Obrero. S, B, Izt.)
- Voté principalmente guiado por emociones; no estaba seguro de si las propuestas realmente se iban a cumplir, así que me dejé llevar por lo que sentía en ese momento. (H 23 Estudiante. U, M, Coy.)
- Voté más guiado por emociones. Las campañas me hicieron sentir que debía elegir entre lo que sentía correcto, aunque no tuviera todas las respuestas. (H 50 Químico. U, A, MH.)
- Voté guiada por emociones. No me convencían del todo las propuestas de los candidatos, así que decidí en función de quién me parecía más auténtico. (M 39 Contador público. U, M, Coy.)

Junto a su preferencia electoral, disertación sobre el voto emocional con explicaciones más amplias, sobre identificación y conexión con la candidatura (Fong et al., 2006; Hoskin et al., 2005); apreciación de ayuda o beneficio (Downs, 1957). Ambas cuestiones también aparecen como razones y motivos en la encuesta presentada.

- Voté guiado por emociones. Me identifiqué mucho con la propuesta de Xóchitl Gálvez y cómo nos podía ayudar. (H 29 Vendedor ambulante. P, B, VC.)
- Voté guiada por emociones. Me sentí más conectada con Xóchitl Gálvez y lo que prometía. (M 35 Vendedora. S, B, Izt.)
- Voté más guiado por emociones. [Álvarez] Máynez me parecía la opción que tenía más empatía con la gente. (H 28 Conductor de transporte. S, B, gam.)

- Voté por emociones. Jorge Álvarez Máynez me parecía más cercano y sincero, y eso me hizo decidirme por él. (M 32 Trabajadora. S, B, Cuah.)
- Guiada por emociones. Sentí que Sheinbaum tenía un enfoque que podría beneficiar a familias como la mía. (M 50 Vendedora. SE, B, VC.)

Igual que las razones, las emociones se esgrimen para no votar hacia quien no gusta. Esto es, emociones a favor y emociones en contra, que mueven a sufragar por unos, y al parecer a no sufragar por otros o a sufragar contra otros, el voto de castigo (Gallego, 2007; Sonneitner, 2017; Sánchez, 2023).

- Por las emociones, ya que del actual gobierno no me ha gustado su gestión; ha tomado varias decisiones incorrectas que han afectado al país. (M 55 Doctora. U, A, Coy.)
- Podría decirse, sí, que voté por emociones, porque la verdad no me gusta el mandato de Morena. (H 28 Trabajador. U, A, Tla.)

Ambas

Quienes apuntaron que se guían por razones y por emociones, exponen:

Información, propuestas; reconocimiento de sentimientos, confianza, hacia una fuerza política, o por una candidatura; o su consideración de conveniencia.

- Por las dos. Razones, porque elegí a la candidata que mejor me parecían sus propuestas < emociones, porque voté por la persona que más me inspira confianza. (M 65 Ama de casa. B, B, Coy.)
- Por razones, porque me informé bien y pensé por quién votar; aunque, si soy sincera, también influyeron mis emociones, porque teníamos dos candidatos que no nos convenían para nada. (M 35 Ingeniera. U, M, Cuah.)

La opinión de que es positivo equilibrar razones y emociones (Camps, 2012), como ya se vio y se reitera.

- Por ambas, como mencioné; es un equilibrio en la toma de decisiones. (H 27 Administrador. U, M, Xoc.)
- En 2024, voté principalmente guiada por razones y propuestas, aunque las emociones también jugaron un papel en mi decisión. Considero que equilibrar razones y emociones es fundamental para tomar una decisión informada y fundamentada. (M 48 Ama de casa. B, M, Tla.)

Lo mismo que se señala en el punto anterior, pero con mención de su sufragio hacia Xóchitl Gálvez y Álvarez Máynez.

- Un poco de las dos. Voté por Xóchitl, porque me gustaron sus propuestas; pero también porque me cayó bien como persona. No sólo decía lo que la gente quería oír, sino que hablaba directo. (H 32 Comerciante. B, B, Xoc.)
- Ambas, porque me gustaron las propuestas de [Álvarez] Máynez, pero también me caía bien. (M 35 Ama de casa. B, M, lzt.)
- Por una combinación de ambas, pero más inclinado hacia las razones. Las propuestas de cambio de Jorge Álvarez Máynez eran relevantes para mi situación. (M 29 Estudiante. U, B, lzt.)

Por último, puesto que los testimonios fueron en ocasiones lineales, poco descriptivos o breves, se reiteró la pregunta destacando cada aspecto y su explicación concreta, con la intención de indagar más sobre las razones y las emociones presentes durante el voto; en otras palabras, avanzamos a un segundo nivel de profundidad y mayor densidad explicativa.

¿Cuáles fueron las razones de su voto? ¿Por qué? Explíquelo.

Los testimonios sobre razones cubrieron un amplio espectro de significados; si bien es posible establecer unas fuertes ideas determinadas, todas fueron incluidas en campos semánticos presentados al principio de este trabajo. Aquí se presentan más ampliados y detallados (tabla 9).

Tabla 9. Razones del voto

Propuestas, información	Ideología, partido, candidato/a
Políticas concretas	Economía, empleo, salud, educación, tecnología, transporte, servicios, corrupción, seguridad
Beneficios, personales y colectivos	Apoyos, becas, programas sociales, sociedad, país
Continuidad gobierno proyecto país	Sheinbaum
Cambio proyecto país	Gálvez
Emociones	Felicidad, identificación, influencia, cae bien, simpatía, intuición, dejarse llevar, credibilidad

Fuente: Entrevista poselectoral, 2024.

Las razones se relacionan con información y propuestas —como en la encuesta y también en preguntas anteriores de la entrevista—, campos semánticos que tienen que ver con el mejor futuro de México, al cual a veces se añade “mis valores” (Gallego, 2007).

- Que sí creía que iba a ver una mejora con sus propuestas, porque realmente estaban pensadas para la mejora del país. (M 45 Ama de casa. S, B, Coy.)
- Sus propuestas para mejorar la educación y la equidad me parecieron las más cercanas con mis valores. (M 45 Maestra de primaria. U, M, Coy.)
- Voté por un candidato cuyas propuestas se alineaban más con mis valores y expectativas para el futuro del país. Porque creo que su plan de gobierno abordaba de manera efectiva los problemas más críticos y ofrecía soluciones viables y sostenibles. (H 35 Trabajador. M, Azc.)
- Las razones que llevaron a mi voto fueron el entusiasmo de que el país pueda tener un mejor futuro. (M 30 Secretaria. U, M, Tla.)

Otro grupo pormenoriza políticas concretas: economía, salud, empleo, educación, tecnología, transporte, servicios, corrupción, seguridad. Atañen a lo personal y hasta al país, pasando por la comunidad; mencionan su interés particular engarzado con el general.

- Me convencieron sus propuestas claras sobre cómo mejorar la seguridad y combatir la corrupción y las propuestas económicas. (H 50 Técnico en electrónica. U, M, BJ.)
- Voté por propuestas en economía y seguridad, que eran las más realistas y necesarias para el progreso del país. Su enfoque en la transparencia y la modernización del gobierno también fue clave para mi decisión. (M 39 Recursos Humanos. U, M, Cu.)
- Mis razones para votar fueron las propuestas de educación, salud y empleo, ya que afectan directamente mi vida profesional y temas clave para nuestro desarrollo como país; por eso, elegí a quien mejor abordaba esos temas. (M 22 Maestra. M, gam.)

- Sus propuestas sobre mejorar la seguridad y el empleo en mi comunidad me parecieron las más urgentes y necesarias. (H 28 Conductor de transporte. S, B, gam.)
- Mi voto fue por propuestas que prometían mejorar el transporte y los servicios públicos. (M 38 Vendedora. S, B, lzt.)
- Escoger a la persona que se interesara más por la salud, seguridad y educación. Porque, como madre de familia, me interesó más votar por alguien que tuviera en cuenta las necesidades para todos, pero principalmente para los niños. (M 29 Sommelier. S, M, Cuah.)
- Porque le estaban dando un enfoque muy importante al tema de educación y, en mi caso, quiero que mis hijos sean el futuro de México y así se escriba una nueva historia para nuestro país. (H 30 Ingeniero industrial. U, M, BJ.)

Las becas, apoyos, ayudas y programas, como beneficio a personas y comunidades (Downs, 1957; Gallego, 2007) fueron otras ideas fuerza y campo semántico expresado directa y nitidamente.

- Porque muchas de sus propuestas fueron de mi agrado, como el aumento del salario mínimo, sin aumento de combustible o electricidad; también que va a mantener y ampliar los programas sociales. (M 45 Secretaria. B, M, Xoc.)
- Las políticas sobre economía, salud y educación enfocadas a los jóvenes universitarios; por ejemplo, ampliar las oportunidades de becas y ayudas financieras para estudiantes de bajos ingresos. (H 44 U, M, Coy.)
- Apoyos que van a seguir otorgando a los adultos mayores y jóvenes, oportunidades que prometieron. (M 52 Enfermera. Cuah.)
- Por los programas sociales que me apoyan; las ayudas son un plus. (H 64 Vendedor. P, B, MC.)

Destacan las razones ligadas a las candidatas y el candidato presidencial en particular, algunas ya mencionadas. Aquellas que señalan a Claudia Sheinbaum van en el sentido de apoyo a la 4T, el segundo piso de la 4T; a lo cual se añade como razones sus valores, preparación, experiencia, credibilidad (Hokins et al., 2005; Fong et al., 2006; Gallego, 2007). También se habla de un futuro mejor con justicia social; en general, se apunta la conveniencia de la continuidad, la valoración positiva de lo hecho por el gobierno, y el agrado por los programas sociales anteriormente mencionados.

- Porque quiero seguir con la construcción del segundo piso de la transformación. (H 20 Embalsamador. U, M, lzt.)
- Porque la política implementada por la 4T favorece a la mayoría de la población, a los pobres y clase media. (H 30 Profesionista. U, M, lzto.)
- Me gustó su enfoque en la gente común y su promesa de mejorar las condiciones de vida para todos, y los apoyos a los pobres. (H 29 Vendedor ambulante. P, B, VC.)
- Conveniencia, ya que nos ayudaba y nos ha ayudado. (M 45 Ama de casa. S, A, Coy.)
- Para la continuación del gobierno de amlo, y que se siga apoyando al pueblo, quitándole sus beneficios a la oligarquía en este país; esto, porque el gobierno ha dejado grandes resultados y por eso es necesario que se continúe. (H 43 Servidor público. U, M, Tla.)
- Que siguiera la transformación que el presidente creó y siguieran viendo por nosotros. (M 39 Obrera. SE, B, Coy.)
- Pude ver de cerca las propuestas y formación y el desarrollo de la candidata y mi voto fue con la intención de conseguir darle continuidad al proyecto de nación planteado desde el periodo anterior. (M 40 Psicóloga. U, M, Tla.)
- Porque me gustó cómo está el país ahorita y quiero que continúe ese mismo modelo... el humanismo mexicano de amlo... y, ahora con Sheinbaum, va a seguir lo mismo. (M 56 Ama de casa. U, M, Coy.)

- Creo en las propuestas que presentó; creo que está bien preparada para asumir la responsabilidad del país. Creo que tiene los medios y las capacidades para llevar a cabo sus propuestas, además del temple. (M 35 Empleada. B, M, gam.)
- Las razones que llevaron a mi voto por Claudia en 2024 se centraron en varios factores clave: propuestas concretas, compromiso con la justicia social, experiencia y credibilidad. (M 48 Ama de casa. B, M, Tla.)

Quienes prefieren a Xóchitl Gálvez subrayan que se trata de una opción diferente del gobierno, que cambiará el sistema, se imagina un gran y verdadero cambio positivo para el país, con justicia, sin corrupción, con seguridad, transparencia, credibilidad, experiencia, mejora de la economía, porque sus propuestas son mejores, tercia alguna persona entrevistada.

- Me representa y me gustaban las ideas de Xóchitl y el cambio verdadero. (M 54 Enfermera. U, A, lzt.)
- Voté por Xóchitl Gálvez, porque considero que sus propuestas son las más adecuadas para enfrentar los retos actuales de México, especialmente, en temas de corrupción, justicia social y desarrollo económico. (M 50 Ama de casa.)
- Principalmente, las propuestas claras y detalladas de Xóchitl Gálvez para mejorar la economía, la seguridad y la transparencia en el gobierno. Su experiencia y enfoque en problemas específicos me convencieron de que podía ofrecer un cambio significativo. (M 45 Desempleada. U, A, lzt.)
- Las razones que llevaron a mi voto por Xóchitl en 2024 se centraron en varios factores: compromiso con la justicia social, experiencia y credibilidad. (H 60 Secretario. U, M, Tla.)
- Una de las razones fue el deseo de un cambio en la política económica. (H 50 Químico. U, A, MH.)
- La razón fue porque era el partido que más confianza me daba y porque es un partido pro vida, pro familia y que tiene más valores que otros. Eso, para mí, es muy importante, sin dejar de lado que sus propuestas me gustaban más. Además, Morena me parece que es un peligro para nuestro país. (M 50 Turismo. B, M, Coy.)

Algunas razones apuntan a que no se quiere a Morena, se pretende sacarlo del gobierno y que se vaya; es decir, el voto de castigo (Gallego, 2007) ya mencionado, que se sumaba a la elección por la oposición y su candidata, según sus propias palabras.

- Una de las principales, obligación de ejercer tu voto; la segunda, para sacar al gobierno de Morena. (M 55 Doctora. U, A, Coy.)
- Terminar con la corrupción que este gobierno nos dejó; si la candidata Sheinbaum continuaba, sería una segunda fase de lo que hizo López Obrador. Lleva todo su camino de corrupción y va a seguir su escuela. (M 45 Hogar. S, M, lzt.)
- En contra de este gobierno, que es totalmente populista, corrupto y tiene ideas socialistas. Busca concentrar el poder. (M 65 Empleada. U, M, AO.)
- Detener los cambios constitucionales que quiere hacer el presidente, ya que la mayoría van a afectar la economía del país. (H 55 Empleado. U, M, lzt.)
- Sacar a un gobierno que sólo ha hundido a un país en lo económico, en la inseguridad y, sobre todo, con las relaciones que tiene un país con otro. (M 34 Contador. U, M, Cu.)
- Porque no me gusta el sistema comunista ni socialista; prefiero que sea capitalista. (H 67 Comerciante. U, M, Coy.)
- Para que Morena se vaya del poder, debido a que ha demostrado ser igual que el pri, sólo que con otro nombre; incluso tiene gente del pri y su único argumento es seguir con la transformación, defendiendo al pueblo y a los pobres. (M 23 Estudiante. U, M, lzt.)
- Quiero un cambio en el país; no quiero una continuidad de Morena. (H 28 Trabajador. U, A, Tla.)

Jorge Álvarez Máynez fue preferido porque se le consideró importante por sus propuestas hacia las juventudes y la niñez, sobre la tecnología y la innovación. Hubo quien lo consideró el “menos malo” y “simpático”. La razón aparece con la emoción.

- Porque comparto valores liberales y progresistas con el candidato. Me gustó su enfoque en la innovación y la tecnología. (H 27 Auxiliar. B, M, Tla.)
- Me agradaron sus propuestas hacia el futuro académico y laboral de los jóvenes. (M 22 Estudiante. U, B, VC.)
- Pues es un candidato diferente y con diversas propuestas un tanto juveniles que apoyan a las nuevas generaciones, pues dan oportunidad. (M 21 Vendedora. U, B, Izt.)
- Elegí al menos malo. (H 22 Estudiante, B, M, BJ.)
- Siempre he apoyado a amlo, pero gente cercana a mí que sí le sabe a la política me dijo que no era buena opción. Y yo no votaría por el pan —qué horror de mujer—. Por eso voté por [Álvarez] Máynez, es simpático. (M 51 Ama de casa. S, B, gam.)

Finalmente, varias razones en realidad fueron emociones (Damasio, 2006); tal es el caso de la simpatía expresada o la razón de recibir influencia de amigos —como se vio y se verá— (Tajfel, 1982); identificarse con una candidatura porque caía bien; intuición, simpatía o exposición en medios y redes (Gutiérrez, 2019); la felicidad de ser ayudado en sus estudios por el gobierno (Downs, 1957); incluso alguno afirmó: “por llevar la contra”.

- Fui influenciado por amigos, porque noté las propuestas de [Álvarez] Máynez, y mis amigos me las explicaron y me gustaron. (H 20 Estudiante. U, B, Coy.)
- Voté por quien me sentí identificado. (H 51 Empresario. U, A, MA.)
- Me caía bien, sus tiktoks me gustaron. (M 35 Ama de casa. B, M, Izt.)
- Me dejé llevar por lo que decían las noticias. (H 36 Economista. U, M, Coy.)
- No hubo muchas razones lógicas detrás de mi voto; fue más una cuestión de intuición y de quién creía que sería menos perjudicial. (M 39 Contador público. U, M, Coy.)
- Muy feliz, porque el gobierno actual me ayudó a terminar mis estudios. (H 19 Abogado. U, B, Izt.)
- Por llevar la contraria. (M 54 Administradora. U, A, Coy.)

Es lógico relacionar razones con propuestas de candidaturas y políticas concretas, y también expresar emociones, pues éstas pueden considerarse también como razones para emitir el sufragio, ya que en la realidad todo está junto y se concatena (Damarío, 2006; Camps, 2012), como anunció y se viene proponiendo en estas páginas.

A continuación, se presentan las emociones. Aunque en la pregunta general sobre su voto personal apuntó a las razones, al interrogar en particular por las emociones, éstas afloraron con fuerza inusitada, tanto en número como en su intención, circulación, dirección e intensidad (Ahmed, 2015). Al principio, parece que se olvidan, desconocen o niegan, como algo perjudicial; sin embargo, una vez vistas, son sentidas y consideradas, y se analizan de forma directa.

¿Cuáles fueron las emociones de su voto? ¿Por qué? Explíquelo.

Dos aspectos sobresalen en este punto. En primer lugar, la enunciación de algunas emociones y su explicación más o menos extensa, que en ocasiones lleva también razones —no podía ser de otra manera (Camps, 2012; Damasio, 2006). En segundo lugar, cierto número de señalamientos en el sentido de no considerar emociones: “ninguna”, “neutral”, “no emociones”, con su explicación anexa a la expresión —en correlación con lo expuesto en otras ocasiones— y recalcando el prejuicio —cuando no menosprecio— hacia dichas emociones.

Las más nombradas se agrupando en un cuadro, al cual cabría añadir las emociones de optimismo, orgullo, rencor, incertidumbre, preocupación, resignación, desconfianza, que aparecieron en menor número. Algunas personas enumeraron y explicaron varias emociones con diversos significados y direcciones (Ahmed, 2015); aquí sólo se presentan las más reiteradas (tabla 10).

Tabla 10. Emociones del voto

Positivas	Negativas	Ninguna			
Esperanza Por Sheinbaum Por Gálvez	47	Enojo, frustración, decepción	15	Ninguna	10
Alegría, felicidad	12	Nervios	7	Nada, no sentí	3
Seguridad	9	Miedo	7	Neutral	4
Satisfacción	4			Sin emoción	17

Fuente: Entrevista poselectoral, 2024.

Entre los enunciados de emoción, es notable la esperanza, a veces acompañada de confianza, alegría u optimismo, como en la encuesta. Esperanza, en general, hacia un futuro mejor y la expectativa de circunstancias y vivencias buenas, satisfacción y responsabilidad (Bloch, 2014; Fromm, 1984). El “ser parte de algo” y el “participar en la toma de decisiones” son algunos sentidos generales, junto con la ilusión y el anhelo del cambio positivo, y que quien gane “cumpla”.

- Esperanza, de que el país siguiera mejorando. (M 45 Secretaria. B, M, Xoc.)
- Esperanza de que las cosas mejoren para mí y mi familia. (H 69 Pensionado. S, B, Coy.)
- Más que una emoción, sólo me representó un sentido de satisfacción conmigo mismo por saber que estoy haciendo lo mejor por mi país, como una esperanza. (M 34 Contador. U, M, Cu.)
- Emoción, esperanza, felicidad, porque siento que soy parte de algo. (M 20 Estudiante. U, M, BJ.)
- Entusiasmo y esperanza, porque participé en la toma de decisiones. (M 22 Estudiante. U, M, Xoc.)
- Sentí una mezcla de esperanza y responsabilidad. (M 39 Recursos Humanos. U, M, Cu.)
- Las emociones incluyeron esperanza y confianza. Esperaba un cambio positivo y una administración que pudiera abordar los problemas de manera efectiva. La confianza en su capacidad y su enfoque me llevó a sentir optimismo sobre la posibilidad de mejorar la situación del país. (M 45 Desempleada. U, A, Izt.)
- Felicidad al ver varia gente ejerciendo su voto y con la esperanza por ver un verdadero cambio (Gálvez). (M 55 Doctora. U, A, Coy.)
- Empatiqué con la lucha de las personas que realmente están ayudando al país. Tengo esperanza de que (Sheinbaum) cumpla. (M 65 Ama de casa. B, B, Coy.)

En alguna ocasión, se añade emotividad y esperanza al hecho de que era una mujer la presidenciable, sin importar cuál de las candidatas fuera.

- Tuve emotividad al saber que nuestra próxima presidenta sería mujer y pensaba en Xóchitl. (M 45 Hogar. S, M, Izt.)
- Esperanza, para que sigan los programas sociales y que por primera vez una mujer quedara como presidenta (Sheinbaum). (H 64 Vendedor. P, B, MC.)

En las encuestas sobre emociones, la esperanza estaba fincada en el triunfo de la candidata/o como preferencia electoral. Una esperanza, a veces, dirigida hacia el triunfo de Claudia Sheinbaum. En este sentido, aparece junto a la confianza, la seguridad, la expectativa de mejora de la situación de cada uno, de México, así como, experiencia, compromiso, identificación y conexión emocional. También creencia y pensamiento en la esperanza. Emociones unidas a razones.

- Esperanza. Pensé que sus políticas podían mejorar mi situación. (H 45 Trabajador de la construcción. S, B, Coy.)
- Creer y esperanza, ya que el sexenio de [López] Obrador me pareció muy transparente y cumplió la mayoría de las cosas que prometió. (H 48 Comerciante. S, M, Tla.)
- Esperanza y seguridad; su liderazgo y experiencia pueden impulsar el progreso de México. (H 51 Empresario. U, A, MA.)
- Principalmente esperanza y seguridad. Su visión progresista y compromiso con la educación y salud me conectó emocionalmente con su candidatura. (M 21 Estudiante. U, M, Coy.)
- Las emociones que influyeron en mi voto por Claudia en 2024 incluyeron una combinación de esperanza, identificación personal y entusiasmo. Estas emociones reforzaron mi convicción de que Claudia era la candidata que mejor representaba mis valores y aspiraciones para el futuro. (M 48 Ama de casa. B, M, Tla.)

Esperanza en ocasiones dirigida hacia la victoria de Xóchitl Gálvez, fincada en el cambio positivo y verdadero, y de un nuevo gobierno como expectativa central; además, confianza y seguridad, junto a la esperanza de que no gane el gobierno actual. Una combinación reiterada y para tener en cuenta, con objeto de valorar qué es lo que tiene más peso e importancia.

- Sentí esperanza y confianza al votar por Xóchitl Gálvez. Su trayectoria y su forma de conectar con la gente me dieron la seguridad de que era la mejor opción para liderar el país. (M Ama de casa. 50)
- Sentí esperanza y seguridad, porque quería un cambio positivo para el futuro. (M 22 Maestra. M, gam)
- Sentí esperanza, porque creo que puede haber un cambio verdadero con el nuevo liderazgo. (H 35 Profesor. U, M, Coy.)
- Esperanza en cambiar el gobierno actual, el cual ha sido de muchas incongruencias del presidente. (H 55 Empleado. U, M, lzt.)
- Tenía esperanza de que no terminara todo el poder en un solo partido y de que haya oposición; de que no terminara otra vez el país en manos de estos y que existiera una pluralidad dentro de los poderes y decisiones. (M 39 Reclutadora. U, M, Coy.)

Álvarez Máynez también convocó a la esperanza, el cambio, su juventud y programas sobre infancia y juventudes, parecen ser sus ejes evocadores.

- Esperanza, porque el candidato era joven. (H 27 Auxiliar. B, M, Tla.)
- Esperanza. Pensé que él podía traer cambios que realmente hicieran la diferencia en mi vida y en la de mi familia. (H 28 Conductor de transporte. S, B, gam.)
- Sentí esperanza y optimismo porque creí que el candidato por el que voté podía traer un cambio positivo. (M 34 Trabajadora social. U, M Coy.)
- Esperanza; propone cambios que tal vez se podían proyectar al futuro de los niños y jóvenes. (M 53 Comerciante. B, M, Tla.)

La felicidad como estado de ánimo y la alegría como emoción iban en el mismo sentido del triunfo de Sheinbaum, en general; también movía el hecho de participar en el suceso.

- Felicidad. Porque sabía que Claudia era la candidata correcta. (M 39 Obrera. SE, B, Izt.)
- Felicidad, porque siempre he querido un gobierno de izquierda y creo que la 4T es un proceso para llegar a un gobierno de izquierda. (H 30 Profesionista. U, M, Izto.)
- Me cae muy bien Amlito; me sentí muy bien, porque se va a seguir mejorando el país sin la corrupción y los jueces... y quiero que se aprueben las reformas; y por eso me sentí feliz de votar. (M 56, Ama de casa. U, M, Coy.)
- Sentí algo de esperanza y alegría. Esperanza, porque creo en el potencial de mi elección para mejorar las cosas; y alegría, por participar en un proceso tan importante. (H 18 Estudiante. U, M, Coy.)
- Alegría, porque una vez más ejercí mi derecho como ciudadana de este país, siendo parte de una democracia. (H 30 Ingeniero industrial. U, M, BJ.)

La seguridad se basa en los planes de futuro, ya sea por la continuidad, ya se trate de un cambio de partido en el gobierno.

- Sentí seguridad y convencimiento del papel que iba a desempeñar la candidata (Sheinbaum) por tener sus pensamientos claros y decisivos. (M 40 Psicóloga. U, M, Tla.)
- Seguridad. Sentí que tenía un buen plan para el futuro del país. (H 29 Empleado de electrónica. U, M, AO.)
- Satisfacción y seguridad, porque siento que podría cambiar al país. (H 21 estudiante, U, M, Coy.)
- Seguridad. Pensé que tenía un buen plan para llevar a cabo lo que prometió. (M 33 Secretaria. U, M, BJ.)
- Felicidad y seguridad. Sé lo que quiero para el país y eso era Xóchitl. (M 60 Pensionada. B, M, Coy.)

La satisfacción —relacionada con la esperanza y con la alegría— en continuar con el gobierno existente y tener un mejor país. Las emociones comprometidas con la mejora de la sociedad están presentes (Nussbaum, 2014).

- De gran satisfacción, porque es lo que el pueblo quería, y se continuará uno de los mejores gobiernos que ha existido. (H 43 Servidor público. U, M, Tla.)
- De alegría. Me sentí satisfecha. Todo seguirá. (M 32 Ama de casa. B, M, Coy.)

En cuanto al enojo que, en teoría, convoca al cambio (Jaspers, 1997; Nussbaum, 2018), o la frustración, es porque las opciones no convencen y no hay buenas candidaturas, porque ya se sabía quién ganaría y no se quería, y por la situación del país. Es el enojo ya visto en la encuesta, ante el posible triunfo de la candidatura adversaria o la derrota de la preferida, y que ahora ya es un hecho pasado.

- Un poco de enojo, ya que las propuestas no fueron claras. (M 49 Estilista. S, M, Tla.)
- La desilusión y la frustración fueron las emociones principales, ya que no estaba contento con ninguna de las opciones; pero voté por el "menos malo". (M 39 Contador público. U, M, Coy.)
- Esperanza y un poco de frustración. Esperaba que pudiera traer un cambio significativo, pero también me frustraba la situación política en general. (M 45 Maestra de primaria. U, M, Coy.)
- Enojo y miedo. Enojo, porque ya se sabía quién iba a ganar; miedo, por lo que va a pasar. (M 50 Profesora. U, M, Coy.)

La decepción y resignación —en la línea, en parte, del enojo o quizás ya fincadas en la tristeza— se explican por la continuidad, el mismo gobierno o las no posibilidades de triunfar el candidato/a preferida.

- Decepción por ser siempre lo mismo. (M 54 Administradora. U, A, Coy.)
- Hubo varias; porque, aunque sabía que estadísticamente no iba a ganar mi candidato, voté por él sabiendo que al menos para mí era el mejor candidato. Creo que la principal emoción fue resignación. (H 23 Estudiante. U, B, Coy.)

Respecto al miedo que mueve a buscar información, reflexionar y la posibilidad de cambiar la opción de sufragio (Marcus, 2002), aquí también, en alguna ocasión, se dijo que era por el sentimiento de si se estaba tomando la mejor decisión, sobre qué era lo mejor para México, y la posibilidad o previsión de que el país no mejorara.

- Sentí preocupación y miedo por el futuro del país, y eso influyó en mi decisión de votar por una opción segura. (H 50 Químico. U, A, MH.)
- Miedo de tomar una mala decisión. (M 32 Comerciante. U, M, lzt.)
- Temor. Saber si estaba haciendo lo mejor para México. (H 41 Maestro de primaria. U, M, Las Águilas)
- Sentí una mezcla de miedo e incertidumbre. Miedo de que las cosas no mejoren y de que todo siga igual o peor. (H 23 Estudiante. U, M, Coy.)
- Miedo, enojo, furia. Porque no sabemos con exactitud si lo van a cumplir. (M 52 Enfermera. Cuah.)

En general, los nervios se confiesan, porque es la primera vez que se sufragaba, entre otras cosas (Nussbaum, 2012).

- Me sentí nervioso al votar por primera vez, pero me emocionó. (H 19 Estudiante. U, B, Tla.)
- Emoción y esperanza, por ser mis primeras elecciones. (H 19 Estudiante. U, M, Coy.)
- Nervios, pues votaba por un candidato diferente y un poco controversial. (M 21 Vendedora. U, B, lzt.)
- Esperanza, nervios, porque yo esperaba otros resultados y cambios para mi país. (H 26 Fisioterapeuta. M, Cuah.)

Finalmente, también se recoge, como se dijo, la respuesta de no sentir, considerarse neutral o afirmar que no existía ninguna emoción en el voto y la elección. Quien afirma sentir neutralidad es por aburrimiento o por fraude, votó “por no sentir culpa”, y sin emoción alguna.

- Me sentía neutral, porque algo me decía que no se respetaría y sería fraude. (M 50 Empleada. lzt.)
- Ninguna, porque ya todo está manipulado; no vas a seleccionar nada. (H 60 Empleado. B, lzt.)
- Aburrimiento. Salir a votar y formarme fue aburrido. (H 20 Estudiante. U, B, gam.)
- Neutral. No considero que sea necesario meter emociones, aunque podría ser desagradado, como aburrimiento, si es que cuenta. (M 38 Comerciante. S, B, Tla.)
- En realidad, ejercí mi voto sabiendo que seguramente no iba a obtener el resultado esperado, así que pienso que incluso hasta voté para no sentirme culpable después. (M 38 Profesora. U, M, Coy.)
- Ninguna emoción, porque no voté por emociones. (M 60 Empleada. Cuah.)

Quien dice nada o no sentir emociones es por haber emitido, según afirman, un “voto racional, no emocional”, “votar con la cabeza fría”; su sufragio fue por “interés” o por “cuestiones económicas”. “Pensó las propuestas” y “quién era mejor”; “por decisión lógica”, porque “no suelo dejarme llevar por las emociones”. Todo en el sentido de priorizar razones y propuestas a la hora de sufragar, como se reitera en la entrevista aquí abordada.

- No tuve emociones fuertes al votar; fue más sobre las propuestas que sobre cómo me sentía. (M 38 Vendedora. S, B, Izt.)
- No sentí nada. Espero que tengamos un mejor gobierno y mantengo la cabeza fría. (H 22 Estudiante, B, M, BJ.)
- Ninguna emoción. Simplemente voté por el candidato que más me parecía correcto. (H 26 Enfermero. B, M, MA.)
- No fueron emociones, sino cuestiones económicas. (H 61 Pensionado. U, M, Izt.)
- Ninguna emoción en sí; no suelo llevarme por las emociones en estas cuestiones electorales. (M 22 Estudiante. U, B, VC.)
- No tuve emociones muy fuertes al votar; mi decisión fue más lógica y basada en lo que ofrecían. (M 23 Estudiante. U, B, Coy.)

Además, la explicación de la opción ninguna reúne a las expresiones cuyo significado se focaliza en que los “resultados ya se esperaban”, su candidato/a iba a perder y la otra iba a ganar, muy probablemente por la difusión de las encuestas prelectorales que, en general, coincidían en el diagnóstico que en la convocatoria se comprobó.

- Pues no sentía emociones, solo buscaba cambiar un poco el sistema. (H 52 Gestor empresarial. U, M, Coy.)
- Ninguna como tal, debido a que fui a votar de manera racional y no emocional. (H 22 Estudiante. U, M, Izt.)
- Ninguna, porque ya sabía que iba a perder y quien iba a ganar. (H 20 Estudiante. U, B, Coy.)
- Realmente no tuve una. Los resultados eran algo que se esperaban. (H 21 Estudiante. U, B, Izt.)

Como se observa, no sentir emociones revela que consideraban la manipulación, pasaban por el aburrimiento, la insistencia de que se sufragaba por razones, o por la ausencia de ellas, pues “ya se sabe quién va a ganar”. En todo caso, dos cuestiones llaman la atención: el hecho de insistir en las razones, y cómo en una pregunta concreta y directa se confiesan las emociones en un número más que generoso. En segundo lugar, mientras cada día los especialistas parecen valorar más la influencia de las emociones en el voto, la ciudadanía considera, se aferra o reivindica las razones —antaoño el foco de las ciencias sociales— para justificar, argumentar y explicar el sufragio.

Conclusiones

“La realidad del ciudadano tomando decisiones políticas es seguramente más compleja, y resulta de la interacción de múltiples factores [...] los modelos clásicos han iluminado parcialmente el laberinto, pero todavía hay grandes zonas de penumbra” (Eskibel, 2010).

Llegados a este punto, esperamos haber dejado explicado el papel de las razones y de las emociones como causa y motivación del voto. Intentamos dar respuesta a la pregunta central de este trabajo, en primer lugar, a través de enfoques teóricos de muy diversa índole. En segundo, y de manera especial, desde el testimonio directo de la ciudadanía, desde su mirada, sus palabras, sus argumentos y sus reflexiones, más allá de tendencias cuantitativas de opinión, aunque también se contemplaron en este estudio de caso en una coyuntura electoral.

Con base en las respuestas emitidas ante la encuesta preelectoral, se concluye que, entre las razones, el voto es considerado como un derecho y se ejerce por la democracia; los motivos para hacerlo se centran en las propuestas, el cambio, y el candidato o candidata. Es de destacarse que la esperanza y el enojo aparecen como las emociones principal; esperanza de ganar a quien se apoya y enojo por no alcanzar la victoria.

Las entrevistas ahondan y enriquecen los significados de manera notable y amplia, como se comprueba a lo largo de estas páginas. Se ahonda en las narraciones recabadas sobre la decisión del sufragio —razones y emociones—, cómo se priorizan y consideran más importantes las razones, la información, datos, conocimientos, hechos, experiencias, objetividad, reflexión. Se piensa sobre el beneficio personal y el social, responsabilidad, juicio moral, así como, el futuro del país. Las emociones influyen, pero no siempre de manera positiva, y cuando aparecen, se relacionan con la cognición. El voto personal se basa en razones, información y conocimiento; igual que la pregunta genérica, las emociones son secundarias y no siempre benéficas, aunque se reconoce que se combinan y colaboran con las razones para las decisiones y acciones. También se considera que sí hay personas que se dejan llevar por las emociones. Y en ocasiones, al reflexionar sobre razones aparecen las emociones.

Entre las razones concretas de cada uno, se encuentran las propuestas y la información, políticas específicas, beneficios personales y colectivos, continuidad o cambio de partido gobernante. En el caso de las emociones personales, figuran la esperanza si gana quien se desea; enojo, si esto no acontece, o incluso ninguna, con lo cual se comprueba el distanciamiento de las aquéllas y se insiste en la preponderancia y preferencia de las razones. Cabe destacar cómo entre los motivos del voto de la encuesta están las propuestas que son nombradas entre las razones de la entrevista. Los beneficios que se aluden en esta última como razones, también se encuentran como motivos y razones en la encuesta. Además, la costumbre se menciona como razones en la entrevista. En cuanto a las emociones principales de la encuesta —esperanza y enojo—, son también las más reportadas y explicadas a lo largo de los testimonios de las entrevistas, cuando se retoman junto con su influencia en la decisión de sufragar.

Desde la teoría y algunos estudios recientes especializados, se afirma que los factores sociodemográficos, los hábitos culturales, las percepciones del contexto político y económico, la ideología derecha-izquierda y la identificación partidista, así como, la elección racional, ya no son tan importantes a la hora de sufragar. La imagen y percepción de los candidatos, su recepción y conexión con el electorado, parecen cobrar protagonismo, junto con su discurso y propuestas sobre los temas a debate, además de la evaluación del desempeño de los gobiernos y el sentimiento de reciprocidad (Fong et al., 2006; Hoskin et al., 2005; Gallego, 2007). Este énfasis en las propuestas, conexión con la candidatura y reciprocidad, se aprecia en algunos testimonios presentados en las transcripciones de las entrevistas, según las cuales las razones son las que inspiran y fomentan en voto.

En un mundo donde el voto ya no es un hábito por tradición y costumbre, por ideología política o por identidad partidista, sino responde a una opinión y una elección, las propuestas y los sentimientos cobran auge, un programa de acción, y sobre todo, las emociones que despierta el candidato en los votantes son de suma importancia. Las ideologías permanecen en el discurso, pero dan paso al pragmatismo en la realidad; el partido se mantiene, pero prima la imagen de la candidatura. Aún más: despierta emociones en el electorado, desde simpatía o desagrado, hasta la identificación o rechazo. Y esto no tiene que ver sólo con su persona e imagen electoral, sino también se refiere a las valoraciones y consideración de sus creencias, valores, conductas. Es un poco en el sentido de bien y mal social, calidad moral de la persona, y el sentimiento que todo esto promueve (Gallego, 2007; Gutiérrez, 2024).

Ante los nuevos enfoques que son señalados por especialistas, llama poderosamente la atención la insistencia ciudadana de su voto por razones, según relatos de entrevistas, así como, su parcial contradicción al señalar emociones de manera considerable a pregunta directa sobre éstas, cuando en interrogantes anteriores y generales se insiste en las razones y se rechaza de forma expresa y directa el voto emocional.

Quizás hablar de la dicotomía emoción y razón hoy sea un tema ya superado en algunos espacios (LeDoux, 1999; Damasio, 2006), lo cual no significa que esto acontezca entre el discurso y la opinión de la población en general, ni tampoco que no se mantenga en la academia. En cuanto al primer ámbito, este estudio presenta como resultado, en primer lugar, la importancia que se da a las razones para decidir el voto de manera abstracta y general. En segundo lugar —y lo que parece más importante—, el destacado rol y sobreestimación de la razón como motivación del sufragio propio y personal, lo cual contrasta con la presencia notable de enunciados de emoción a la hora de preguntar de manera directa. Por tanto, es posible pensar en una sobrevaloración de razones, toda vez que de forma indirecta se reconocen también emociones.

No obstante lo anterior, lo que se declara es lo importante. Destaca el hecho de que, mientras en la investigación social se abre paso el rol de las emociones, en la ciudadanía predominan las razones. No es contradicción, sino una mera contrastación de miradas y expresiones que enriquecen puntos de vista y apreciaciones, en un mundo más que complejo, plural y diverso, como multicausal y multifactorial es el fenómeno del voto.

Hay que subrayar también cómo las emociones se consideran razones para el voto, así como, las razones están atravesadas por emociones a la hora del sufragio. En todo caso, se abre un espacio para pensar, reflexionar, sentir, emocionarse, discernir, sobre los enfoques teóricos y las miradas ciudadanas sobre las razones y las emociones, y su inevitable relación, además de su percepción personal, colectiva, como representación e imaginario social, entre lo discursivo y real, que tiene lugar en la actualidad, y se plasma en cada coyuntura electoral.

Referencias

- Admed, S. (2012). La política cultural de las emociones. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Aldrich, J. (1993). Rational choice and turnout. *American Journal of Political Science*, 37, 247-278. <https://pages.ucsd.edu/~zhajnal/page1/files/american-political-behavior.pdf>
- Arias, M. (2016). La democracia sentimental. Página indómita.
- Bloch, E. (2014). El principio de la esperanza. Trotta.
- Brader, T. (2006). *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago University Press.
- Campbell, D. E. (2006). *Why do We Vote? How Schools and Communities Shape Our Civic Life*. Princeton University Press.
- Campbell, A.; P. E. Converse, W. E. Miller y D. E. Stokes (1980). *The American Voter*. Chicago University Press.
- Camps, V. (2012). El gobierno de las emociones. Herder.
- Dalh, R. (1973). La poliarquía, participación y oposición. Tecnos.
- Damasio, A. (2006). El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano. Crítica.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Harper Collins.

- Eskibel, D. (2011). Secretos del cerebro político. Descubriendo los mensajes mentales del voto. <http://www.psicociudad.com>
- Ferejohn, J. y M. Fiorina (1974). The paradox of not voting: A decision theoretic analysis. *American Political Science Review*, 68, 525- 536. <https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/paradox-of-not-voting-a-decision-theoretic-analysis/0F89DD7019DEC0A1D8B0F4F33CB69CBE>
- Fiorina Morris P. (1976). The voting decision: Instrumental and expensive aspects. *Journal of Politics*, 38 (2), 390-41. https://www.researchgate.net/profile/Morris-Fiorina/publication/4823306_The_Voting_Decision_Instrumental_and_Expressive_Aspect
- Fong, C.; S. Bowles y H. Gintis (2006). Reciprocity and the Welfare State. En Gintis et al. (eds.), *Moral Sentiments and Material Interest*. Cambridge mit Press.
- Fromm, E. (1984). *La revolución de la esperanza*. Fondo de Cultura Económica.
- Gallego, J. A. (2007). La reciprocidad y la paradoja del votante. *Revista de Economía Institucional*, 9(16), 149-188. <https://www.redalyc.org/pdf/419/41991607.pdf>
- Gigerenzer, G. (2008). *Decisiones instintivas. La inteligencia del inconsciente*. Ariel.
- Green, D.; Palmquist, B. y E. Schickler (2002). *Partisan Hearts & Minds*. Yale University.
- Gutiérrez Rubí, A. (2014). *Tecnopolítica*. Gráfico.cat.
- — — (2019). *Gestionar las emociones políticas*. Gedisa.
- Gutiérrez Sánchez, H. (2024). Teoría del voto moral: un primer bosquejo. *Espiral*, 91, 9-41. <https://espiral.cucsh.udg.mx/index.php/EEES/article/view/7311>
- Haidt, J. (2019). *La mente de los justos*. Planeta.
- Hoskin, G.; R. Masías y M. Galvis (2005). Modelos de decisión electoral y perfiles de votante en Colombia: elecciones presidenciales 2002, *Análisis Político*, 18(55), 60-74.
- Jaspers, J. (1997) *The Art of Moral Protest: Culture, Biography, and Creativity in Social Movements*. Chicago University Press.
- — — (2012). ¿De la estructura a la acción? La teoría de los movimientos sociales después de los grandes paradigmas. *Sociológica* 27: 7-48. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47052005000300005&lng=en&tlng=es
- — — (2013). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación, *RELACES*, 10, pp. 48-68.
- Kahneman, D. (2000). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debolsillo.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. y Gaudet, H. (1962) *El pueblo elige; estudio del proceso de formación del voto en una campaña presidencial*. Ediciones 3.
- LeDoux, J. (1999). *El cerebro emocional*. Ariel.
- Nussbaum, M. (2012). *Paisajes del pensamiento*. Paidós.

— — — (2014). Emociones políticas. Barcelona: Paidós.

Marcus, G. (2002). *The Sentimental Citizen*. Pennsylvania State University Press.

— — —, W. R. Neuman y M. MacKuen (2000). *Affective Intelligence and Political Judgment*. Chicago University Press.

Moreno, A. (2014). El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012. CESOP.

Riker, A. y P. Ordeshook (1968). A theory of the calculus of voting, *American Political Science Review* 62, 1968, 25-42. <https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/theory-of-the-calculus-of-voting/F32A6F556750C8207E920CE9D0850A2E>

Sánchez Ramos, M. A. (2023). Elección mexicana 2023 desde la estratégica teoría de juegos. *El Cotidiano*, 141, 33-43. <https://elcotidianoenlinea.azc.uam.mx/index.php/numeros-por-articulos/eleccion-mexiquense-2023-desde-la-estrategica-teoria-de-juegos/viewdocument/1888>

Sonnleitner, W. (2017). Variedades del voto: hacia una sociología plural del sufragio particular. *Estudios Sociológicos*, 35(104), 429-448. <https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/1536>

Tajfel, H. (1982). *Human Groups and Social Categories*. Cambridge University Press.

Turner, J. (1987). *Rediscovering the Social Group: A self-categorization Theory*. Black Well.

Westen, D. (2007). *The "Political Brain"*. Public Affairs.

Notas

- ¹ Por tratarse de cierto número de entrevistas (137), en algunos casos se decidió presentar cuadros ilustrativos. También se reconocieron las interrogantes con tendencia dicotómica, pero con posibilidad de conciliar posturas; de igual manera se hizo en varias ocasiones en las respuestas.

ANEXO METODOLÓGICO

Entrevista sobre voto, septiembre, 2024

Género	No.	%
Hombres	59	43.07
Mujeres	78	56.93
Total	137	100

Grupo etario	No.	%
18-34	55	40.15
35-51	54	39.42
52-69	28	20.43
Total	137	100

Nivel educativo	Hombres	Mujeres	Total	%
Sin estudios		2	2	1.46
Primaria	6	13	19	13.86
Secundaria	6	15	21	15.33
Bachillerato	5	11	16	11.68
Universidad	42	37	79	57.67
Total	59	78	137	100

Nivel económico	Hombres	Mujeres	Total	%
Bajo	19	27	46	33.57
Medio	32	42	74	54.01
Alto	8	9	17	12.41
Total	59	78	137	100

Voto para la presidencia	Hombres	Mujeres	Total	%
C.S.P.	26	22	48	35.03
X.G.R.	18	28	46	33.57
J.A.M.	15	28	43	31.38
Total	59	78	137	100

Alcaldía	No.
Coyoacán	38
Iztapalapa	24
Tlalpan	16
Cuauhtémoc	11
Benito Juárez	9
Gustavo A. Madero	8
Xochimilco	5
Venustiano Carranza	3
Cuajimalpa de Morelos	3
Milpa Alta	2
Álvaro Obregón	2
Miguel Hidalgo	2
Iztacalco	1
Tláhuac	1
Magdalena Contreras	1
Azcapotzalco	1
Atenco	1
Las Águilas	1
Texcoco	1
Estado de México	1
Sin especificar	6
Total	137

Profesión/ocupación	No.	Profesión/ocupación	No.
Estudiante	26	Auxiliar	1
Trabajador(a)/ empleado(a)	12	Ejecutivo de ventas	1
Ama de casa/al hogar	12	Radiólogo	1
Comerciante	9	Conductor de transporte	1
Sin especificar	8	Empleado de electrónica	1
Profesor(a)/maestro(a)	6	Profesionista	1
Vendedor(a)	5	Gerente digital de aplicaciones móviles	1
Enfermera(o)	4	Contador publico	1
Pensionado(a)	4	Vendedor ambulante	1
Secretaria(o)	4	Estilista	1
Contador (a)	3	Administradora publica	1
Abogado	2	Licenciada en turismo	1
Obrero(a)	2	Ingeniero agrónomo	1
Sommelier	2	Cajera	1
Servidor publico	2	Trabajadora social	1
Empresario (a)	2	Ingeniera	1
Empleada domestica	2	Trabajador de construcción	1
Psicóloga	2	Químico en desarrollo farmacéutico	1
Administradora	1	Técnico en electrónica	1
Embalsamador	1	Licenciada en Recursos humanos	1
Fisioterapeuta.	1	Doctora	1
Reclutadora	1	Economista	1
Gestor empresarial	1	Pediatra	1
Jubilada	1	Ingeniero industrial	1
Auxiliar	1	Total	137

Encuesta de Cultura política, mayo, 2024

Género	No.	Porcentaje
Hombres	188	46.74
Mujeres	213	52.87
Total	400	100

Grupo etario	No.	Porcentaje
18 a 29	126	31.42
30 a 44	126	31.42
45 o más	148	37.16
Total	400	100

Nivel educativo	No.	Porcentaje
Sin estudios	4	1.00
Primaria	28	6.98
Secundaria	59	14.71
Carrera técnica	51	12.72
Bachillerato	119	29.68
Universidad	139	34.91
Total	400	100

Voto para la presidencia	No.	Porcentaje
C.S.P.	201	50.12
X.G.R.	75	18.70
J.A.M.	47	11.72
No sabe todavía	33	8.23
Ninguno	12	2.99
No votaré	10	2.49
Voto nulo.	7	1.75
No contestó	15	3.74
Total	400	100

Alcaldía	No.	Porcentaje
Álvaro Obregón	25	6.23
Azcapotzalco	25	6.23
Benito Juárez	25	6.23
Coyoacán	25	6.23
Cuajimalpa de Morelos	25	6.23
Cuauhtémoc	25	6.23
Gustavo A. Madero	25	6.23
Iztacalco	25	6.23
Iztapalapa	25	6.23
La Magdalena Contreras	25	6.23
Miguel Hidalgo	25	6.23
Milpa Alta	25	6.23
Tláhuac	25	6.23
Tlapan	25	6.23
Venustiano Carranza	25	6.23
Xochimilco	25	6.23
Total	400	100

Profesión/ocupación	No.	Porcentaje
Ama de casa	49	12.22
Comerciante establecido	35	8.73
Comerciante independiente	30	7.48
Empleada (o) domestica (o)	11	2.74
Empleada (o) de gobierno	34	8.48
Empleada (a) en la iniciativa privada	53	13.22
Empresaria (o)	8	2.00
Estudiante	55	13.72
Estudiante- trabajador (a)	35	8.73
Jubilada (o)/ Pensionada (o)	21	5.24
Obrera (o)	6	1.50
Profesionista independiente	24	5.99
Trabajador (a) por cuenta propia	19	4.74
Desempleada (o)	12	2.99
Ninguna	0	0.00
Otra	8	2.24
Total	400	100

