





# Evaluación de los candidatos políticos por estudiantes mexicanos de Puebla en el año 2019

Evaluation of Political Candidates by Mexican Students from Puebla in 2019

Héctor Gutiérrez Sánchez<sup>1</sup>

Recibido el 14 de diciembre de 2019.

Aceptado el 1 de marzo de 2021.

## Resumen

El resultado de la elección mexicana ocurrida en 2018 genera dudas sobre algunos elementos de teorías políticas clásicas, principalmente del enfoque sociológico y del modelo Michigan. De este último, hay cuestionamientos en lo referente al papel de los partidos. Pareciera que la ciudadanía mexicana ahora se guía más por quiénes son los candidatos que los partidos, por lo que se investigó qué rasgos de los primeros determinan la preferencia electoral. Se realizó una encuesta aprovechando la elección de gobernador en Puebla en el año 2019. Se trata de un trabajo de limitada representatividad, pero en los datos no se encontró una relación relevante entre el partido y la preferencia electoral; en cambio, se halló que rasgos pragmáticos y —sobre todo— morales de los candidatos sí se relacionan con el voto. Esta prioridad de los candidatos sobre los partidos parece oponerse al acento que el modelo Michigan pone en los segundos, pero —interesantemente— no apunta de forma directa hacia un enfoque racional, aun cuando este ha ponderado constantemente a los candidatos por encima de los partidos. A largo plazo sería productivo probar estas conclusiones en una elección nacional con una muestra mucho mayor.

## Palabras clave

Elección 2018, candidatos políticos, jóvenes, partidos políticos, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), modelo Michigan.

## Abstract

The result of the Mexican election that occurred in 2018 raises doubts about some elements of classical political theories, mainly the sociological approach and the Michigan model. Of the latter, there are questions regarding the role of the parties. Mexican electorate may be paying now more attention to candidates than to parties, so it was investigated which features of the former determine electoral preference. A survey was carried out taking advantage of the governor's election in Puebla in 2019. It is a study of limited representativeness, but in the data a relevant relationship was not found between the party and the electoral preference. Instead, it was found that the candidates' pragmatic and, above all, moral traits are related to the vote. This priority of candidates over parties seems to run counter to the Michigan model's emphasis on the lat-

<sup>1</sup> Jefe de investigación y posgrado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México. [ciudadanohector@yahoo.com.mx](mailto:ciudadanohector@yahoo.com.mx), orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2646-719X>.

ter, but —interestingly— it does not point directly to a rational approach, even though it has consistently weighted candidates above parties. In the long run it would be productive to test these conclusions in a national election with a much larger sample.

### Keywords

2018 election, political candidates, youngsters, political parties, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), Michigan model.

## Introducción

El presente artículo intenta responder la pregunta: ¿qué características de los candidatos determinan la preferencia electoral? Se plantea dicha interrogante porque los resultados electorales de 2018 parecen sembrar dudas sobre las explicaciones más comunes del voto mexicano. Con la búsqueda de nuevas direcciones teóricas para entender el fenómeno, en este estudio se revisa el papel de los candidatos, pero con cierta distancia del enfoque racional, que tradicionalmente analiza esas figuras, y una mayor cercanía a la literatura sobre emociones políticas y moral.

El texto comienza recuperando brevemente la historia de la ciencia política mexicana; se revisa el enfoque sociológico, el psicológico —particularmente el asunto del partidismo del modelo Michigan— y el racional. En cada caso, se presentan algunos elementos de la elección de 2018 que parecen generar dudas sobre esas teorías. Esto nos impulsa a considerar otras explicaciones: en el caso de este estudio, ideas enfocadas en las figuras personales de los candidatos. Luego se pasa a la metodología, en la que se muestra el origen, desarrollo y eventual aplicación de la encuesta aquí analizada.

En los resultados se describe lo encontrado; principalmente se discute qué rasgos de candidatos se relacionan más con el voto. Hacia el final, se presentan la discusión y las conclusiones, en las cuales se recuperan los hallazgos matemáticos para hacerlos dialogar con la teoría que propició toda la investigación. Particularmente se discute cómo lo documentado, a partir de este estudio, no concuerda mucho con el modelo Michigan y apunta a una evaluación más centrada en candidatos —específicamente en su elemento moral—, aunque esto debe leerse a la luz del tipo de muestra de la que se obtuvieron los hallazgos.

## Explicando el voto mexicano

Conforme México dejó de funcionar con la lógica de partido hegemónico,<sup>2</sup> los resultados electorales dejaron de ser predecibles y además se volvieron parte de las negociaciones políticas nacionales; esto los volvió importantes e hizo que valiera la pena conocer sus determinantes. Para entender qué determina el voto, la ciencia política mexicana casi siempre recurre a sus tres grandes teorías: la sociológica, la psicológica y la racional.

La teoría sociológica (modelo de Columbia) parte de los estudios de Lazarsfeld y esencialmente sugiere que las personas votarán en función del grupo social al que pertenezcan. Así, los católicos sufragarían de cierta manera y los ateos de otra; cada región, además, tendría sus preferencias políticas, etcétera. Por ejemplo, el voto por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) lo ejercen

2 Giovanni Sartori, *Partidos y sistemas de partidos*, Alianza, Madrid, España, 1980.

tradicionalmente las clases bajas.<sup>3</sup> En general, es difícil eludir este enfoque, pues todo estudio social considera variables básicas como el ingreso, el sexo, la educación y demás. Sin embargo, los resultados electorales de 2018 no parecen favorecer mucho este enfoque.

Andrés Manuel López Obrador (AMLO) ganó la contienda presidencial en 31 de 32 entidades federativas, por lo que no hay mucha variabilidad por región. Además, parece haber pocas relaciones entre el voto por AMLO e indicadores de pobreza,<sup>4</sup> y ni siquiera se encontraron relaciones entre la pobreza y el voto por el PRI en 2018, lo que pareciera romper una relación histórica entre dicho partido y el ingreso. Algunos autores concluyen que: “[l]os indicadores socioeconómicos ya no parecen ser un factor explicativo del comportamiento electoral, por lo menos no de manera aislada”.<sup>5</sup>

La elección de 2018 se sigue analizando y vendrán muchos más estudios; además, una única elección no podría refutar un enfoque de tanta tradición como el sociológico, pero no parece que esta teoría explique muy fácilmente la última gran elección mexicana.

Por otro lado, la perspectiva psicológica parte de la premisa general de que los valores y las actitudes aprendidos en la crianza determinan la conducta política; particularmente, aquellos aprendidos en la infancia y con la familia de origen. Con esta idea se enfatizan más los valores y las mentalidades que el contexto social. Dentro del enfoque psicológico, destaca el modelo Michigan<sup>6</sup> y, de este, su énfasis en la identificación partidista. Según esta idea, las personas tienden a votar de acuerdo con su “identificación” con algún partido político, la cual trasciende la simpatía y no significa necesariamente una afiliación formal.

El modelo fue propuesto en Estados Unidos durante la década de los sesenta, por lo que suponía que las personas crecerían en hogares demócratas o republicanos y después compartirían los valores y posturas del partido por el cual hubiera afinidad durante la crianza. Un ciudadano que se desarrollara en un ambiente prodemócrata o prorrepblicano, iría desarrollando una forma de pensar que sesgaría la información recibida, por lo cual aceptaría más lo que favoreciera y reafirmara su postura y dudaría de lo que se contrapusiera a ella. Este sesgo cognitivo a la larga genera que las personas vayan acumulando más y más “evidencia” para defender a su partido, lo cual afianza su preferencia partidista.

Históricamente, el modelo Michigan parece ser el de mayor éxito para explicar el voto mexicano. Su elemento más destacado de “identificación partidista” ha mostrado valores de correlación con el sentido del voto de 0.74, 0.77<sup>7</sup> y hasta de 0.87,<sup>8</sup> lo que le ha otorgado un buen lugar entre las teorías políticas. Se ha argumentado que el partidismo puede determinar la evaluación de los gobiernos salientes,<sup>9</sup> incluso se ha sugerido que esta identificación afecta la evaluación de los

---

3 Silvia Gómez Tagle y María Eugenia Valdés (coords.), *La geografía del poder y las elecciones en México*, Plaza y Valdés, d. f., México, 2000.

4 Martha Gloria Morales Garza y Luis Alberto Fernández García, “¿Por qué ganó López Obrador?”, en Martha Gloria Morales Garza y Luis Alberto Fernández García (coords.), *Electores 2.0 y partidos viejos. Las elecciones mexicanas de 2018*, Instituto Nacional Electoral, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México, 2019, pp. 15-52.

5 *Ibidem*, p. 36.

6 Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes, *The American Voter*, Wiley, Nueva York, EE. UU., 1960.

7 Alejandro Moreno, *La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México*, Porrúa, d. f., México, 2009, p. 262.

8 Jenny Guardado Rodríguez, “La identidad partidista en México. Las dimensiones políticas de la competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006”, *Política y Gobierno*, vol. temático, núm. 1, Centro de Investigación y Docencia Económicas, d. f., México, 2009, pp. 137-175.

9 Alejandro Moreno, *op. cit.*

candidatos y puede controlar —en modelos de regresión múltiple— variables sociodemográficas como edad, sexo o ingreso. La aparente relevancia del partido implicaría que este no solo explica el voto, sino que también determina la manera en que las personas juzgan candidatos y coyunturas electorales. Sin embargo, los datos presentados más adelante, en la sección de resultados de este artículo, no parecen seguir ese patrón.

Vale la pena señalar que esta teoría incluye un “embudo causal” que comienza con los factores estructurales más distantes y generales, continúa con el tema de la identificación partidista así como con otros elementos de la socialización política, y finalmente concluye con asuntos mucho más puntuales y efímeros, como temas políticos relevantes en una coyuntura electoral o la simpatía/antipatía por candidatos particulares. Pero aun si el modelo incluye estas figuras, les asigna un peso limitado, puesto que enfatiza más los elementos de socialización política y particularmente la identificación partidista, por lo cual se le suele incluir en el enfoque psicológico.

Pese al éxito de esa teoría, con los años ha acumulado críticas. Para el caso mexicano, el número de personas que dice identificarse con un partido parece estar en descenso, y los partidos, tener poco crédito en la ciudadanía. El mismo Moreno, quien por muchos años se apoyó en el modelo Michigan para explicar el comportamiento político mexicano, ahora habla de una “despartidización” de la política nacional.<sup>10</sup> Además, la historia y el contexto político de la elección de 2018 no parece coincidir mucho con los supuestos de esta teoría.

Después de haber sido candidato presidencial tres veces, AMLO finalmente ganó la presidencia en 2018, pero no con el partido que lo había postulado las dos ocasiones anteriores, sino con el partido Movimiento Regeneración Nacional (MORENA), que él fundó apenas en 2011. Ahora bien, generalmente se piensa que la identificación partidista se desarrolla en los primeros años de vida y debería ser algo inamovible o, al menos, muy estable. Pese a ello, un partido que se presentó por primera vez a la contienda presidencial venció ampliamente a los partidos consolidados.

Algunos defensores del modelo Michigan prefieren hablar de identificación con la derecha o con la izquierda, en lugar de estructurarla por partidos y quizás el voto por AMLO se explica por identificación con la izquierda, pero MORENA parece un partido más guiado por el pragmatismo que por la ideología<sup>11</sup> (rasgo, quizás, también presente en otros partidos mexicanos). En este sentido, destaca que el partido del Presidente se haya aliado con el ultra-conservador Partido Encuentro Social (PES). Con estas consideraciones en mente, ¿cómo se supondría que MORENA logró generar una identificación partidista en tan poco tiempo? ¿Será acaso que la ciudadanía se identificó con AMLO y no con el partido? La segunda posibilidad tendría implicaciones interesantes, pues mantendría el elemento de *identificación*, pero esta vez lo encaminaría al candidato, no al partido.

Curiosamente, el enfoque que más se ha concentrado en los candidatos es el racional, el cual también ha sido un histórico antagonista del modelo Michigan. Anthony Downs es uno de los principales referentes de la teoría racional,<sup>12</sup> él esencialmente sugiere que el voto no está determinado por el origen social de la persona o sus valores políticos, sino por el cálculo que hace

<sup>10</sup> Alejandro Moreno, *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, México, 2018.

<sup>11</sup> Rosendo Bolívar Meza, “Desdibujamiento ideológico y pragmatismo. MORENA en la coalición Juntos Haremos Historia, durante el proceso electoral de 2018”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 27, Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciudad de México, México, 2019, pp. 61-76. Disponible en <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/65654>>, doi: <http://dx.doi.org/10.22201/fcpsys.24484911e.2019.27.65654>, [fecha de consulta: 21 de octubre, 2019].

<sup>12</sup> Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Brothers, Nueva York, EE. UU., 1957.

el sujeto, cada vez que hay comicios, sobre qué ventajas y problemas parece que conllevan sus opciones electorales. Tanto el enfoque sociológico como el psicológico acentúan determinantes políticos de largo aliento, con lo cual apuntan a un electorado más bien estable. La postura racional se concentra más en elementos coyunturales como el candidato, las propuestas o el clima político del momento, factores que, al cambiar constantemente, harían más volátil el voto.

El enfoque racional no ha sido muy popular en la ciencia política mexicana y, de hecho, la elección de 2018 (aunque parece explicarse más por candidatos que por partidos) tampoco es fácilmente comprensible con esta perspectiva. Constantemente el discurso de Andrés Manuel López Obrador ha girado alrededor de virtudes y principios morales. Más que presentar propuestas y planes que convencieran a electores racionales y lógicos, el actual Presidente enarbó en campaña un discurso sobre honestidad y principios morales que aún sostiene. Esto fue muy visible cuando afirmó que: “99 por ciento es honestidad, uno por ciento es capacidad, porque hay unos que están graduados hasta en el extranjero, [...] saben mucho, pero no son honestos”.<sup>13</sup> El aplastante triunfo de alguien con estas ideas dificulta creer que el electorado mexicano se componga de personas racionales, informadas, lógicas y calculadoras.

La perspectiva racional acentúa elementos coyunturales, lo que la contrapone al modelo Michigan, ya que supone electores volátiles y se concentra en el papel de los candidatos. Varios estudios han mostrado cómo factores personales de los candidatos (como el sexo, la apariencia, etcétera) determinan su éxito electoral.<sup>14</sup> Esta idea se ha explorado para el caso mexicano<sup>15</sup> y, a veces, se acerca al tema de los “liderazgos”.<sup>16</sup> Salvo unas pocas excepciones, como el trabajo de Miller, Wattenberg y Malanchuk,<sup>17</sup> las investigaciones en las que se indaga el papel del candidato siempre concuerdan con el enfoque racional y se alejan del modelo Michigan.

La elección de 2018 no cuenta con suficientes elementos para refutar directamente ninguno de los grandes enfoques teóricos, e incluso si los tuviera, una única votación puede ser más una excepción que una regla. Sin embargo, la conducta política del mexicano actual sí genera varias dudas sobre las principales explicaciones mencionadas, y esto nos invita a explorar nuevas opciones teóricas. Hay estudios novedosos e interesantes que intentan incluir elementos “viscerales” (término que se usa aquí por falta de uno mejor que agrupe este campo en construcción

13 Arturo Rodríguez García, “Para el servicio público se necesita 99 % de honestidad y 1 % de capacidad, dice AMLO”, *Proceso*, México, 13 de agosto, 2019. Disponible en <<https://www.proceso.com.mx/nacional/2019/8/13/para-el-servicio-publico-se-necesita-99-de-honestidad-1-de-capacidad-dice-amlo-229417.html>>, [fecha de consulta: 17 de septiembre, 2019].

14 Shawn W. Rosenberg, Lisa Bohan, Patrick McCafferty y Kevin Harris, “The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference”, *American Journal of Political Science*, vol. 30, núm. 1, Midwest Political Science Association, EE. UU., 1986, pp. 108-127; David King y Richard Matland, “Sex and the Grand Old Party”, *American Politics Research*, vol. 31, núm. 6, SAGE, Nueva York, EE. UU., 1980, pp. 595-612; Gregory B. Markus, “Political Attitudes During an Election Year: A Report on the 1980 NES Panel Study”, *The American Political Science Review*, vol. 76, núm. 3, The American Political Science Association, Cambridge, Nueva York, EE. UU., 1982, pp. 538-560.

15 Murilo Kuschick Ramos, “Pronóstico electoral para el Distrito Federal en la elección de 2012”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 12, Universidad Nacional Autónoma de México, D. F., México, 2012, pp. 127-145.

16 Jennifer Merolla y Elizabeth J. Zechmeister, “Las percepciones de liderazgo en el contexto de las elecciones mexicanas de 2006”, *Política y Gobierno*, vol. temático, núm. 1, Centro de Investigaciones y Docencia Económicas, D. F., México, 2009, pp. 41-81; Rico Guillem, *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, España, 2009.

17 Arthur Miller, Martin Wattenberg y Oksana Malanchuk, “Schematic Assessments of Presidential Candidates”, *Political Science Publications*, núm. 80, vol. 2, The American Political Science Association, Cambridge, Nueva York, EE. UU. 1986, pp. 521-540. Disponible en <<https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/schematic-assessments-of-presidential-candidates/09ADAD4F330609E2B185D29461004293>>, doi: <https://doi.org/10.2307/1958272>, [fecha de consulta: 5 de octubre, 2019].

y constante cambio). Por ejemplo, el estudio de las emociones políticas tiene mucho potencial; cada vez hay más literatura sobre el miedo<sup>18</sup> y/o la ira<sup>19</sup> y su papel en la política. Una línea de particular interés para el presente estudio es la propuesta de que la ciudadanía no solo desea funcionarios competentes, sino que también busca políticos que sean “buenas personas”, pues la gente ve a sus gobernantes como ejemplos morales a los cuales seguir (creencia que puede ser independiente de si la población se guía o no por el comportamiento de los políticos).<sup>20</sup> Este énfasis en lo moral recuerda mucho el discurso del Presidente.

El contexto político antes descrito invita a buscar nuevas explicaciones y pareciera sugerir que un énfasis en candidatos más que en partidos puede ser el adecuado, aunque no necesariamente se los estudie desde un enfoque muy cercano a la perspectiva racional. Con esto en mente, se decidió investigar qué rasgos de los candidatos se relacionan más con la preferencia electoral, al mismo tiempo que se mantuvo siempre en mente el importante asunto de los partidos, el tema racional (que se enfoca en los candidatos) y el tema moral, por ser cercano al discurso del gran ganador de la última elección presidencial.

## Metodología

Se pretende saber qué rasgos de los candidatos se relacionan más con la preferencia electoral, porque podrían ser determinantes del voto. Se descartó preguntar directamente a las personas qué características de los candidatos determinan su voto, pues los elementos cognitivos de las teorías en las que se basa este trabajo indican que es poco probable que los ciudadanos sean conscientes de las determinantes de sus acciones. En lugar de esto, se buscó una elección y se preguntó qué candidato era el que más destacaba en una serie de características y por cuál se votaría, con el fin de buscar después las relaciones estadísticas entre esas características y la preferencia electoral. Este es un método que se ha ensayado en otros países.<sup>21</sup>

Preguntar por la preferencia electoral no es muy complejo, pero elegir por qué rasgos de candidatos preguntar sí lo fue. Para ello, se comenzó revisando los estudios ya mencionados sobre candidatos. De ahí se recuperaron los rasgos que más se han relacionado con la preferencia electoral; después, se agregaron algunos elementos sobre partidos y el asunto moral. Con esto se hizo una prueba piloto y, con ella, se ajustaron los reactivos, cuya versión final se muestra en la Tabla 1 (en el cuestionario, los reactivos estaban organizados de manera aleatoria). Luego se decidió en qué elección trabajar. Durante 2019 hubo pocas votaciones en el país; varias de ellas eran solo de ayuntamientos o legislativas. Estas pequeñas elecciones eran poco atractivas por

18 Andrés Valdez Zepeda, Delia A. Huerta Franco, Octavio A. Pérez Preciado, “El miedo como estrategia ‘ganadora’: el caso de la elección presidencial en México, 2006”, *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 3, núm. 145, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica, 2014, pp. 133-146; Maximiliano E. Korstanje, Robin Corey, *El miedo: historia de una idea política*, Fondo de Cultura Económica, d. f., México, 2009.

19 Andrés Valdez Zepeda, “El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales”, *Reflexión política*, vol. 14, núm. 27, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga, Colombia, 2012, pp. 134-140.

20 Héctor Gutiérrez Sánchez, “La demanda moral hacia los políticos”, *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, vol. 26, núm. 76, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2019, pp. 233-272. Disponible en <<http://www.espiral.cucsh.udg.mx/index.php/EEES/article/view/7097>>, doi: <https://doi.org/10.32870/eees.v26i76.7097>, [fecha de consulta: 22 de octubre, 2019].

21 Clive Bean y Anthony Mughan, “Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain”, *The American Political Science Review*, vol. 83, núm. 4, American Political Science Association, Cambridge, Nueva York, EE. UU., 1989, pp. 1165-1179.

la falta de figuras fuertes de candidatos. Se optó por la elección extraordinaria a gobernador celebrada en Puebla, porque dicha entidad es céntrica, de fácil acceso y constituye, además, la cuarta ciudad más poblada del país.

La elección poblana de 2019 fue extraordinaria, ya que la ganadora de 2018 falleció en un accidente apenas diez días después de tomar posesión. Este imprevisto provocó la realización de una elección extraordinaria en la que Miguel Barbosa —quien también había competido por el mismo cargo en 2018— ganó finalmente la gubernatura. Describir la coyuntura política de la elección es difícil en la medida en que diferentes grupos tienen distintas opiniones, pero en general, se podría decir que Miguel Barbosa fue un candidato con poco atractivo personal, a pesar de que contó con la ventaja de ser una figura cercana al actual y popular Presidente. Por su parte, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) postularon a Alberto Jiménez y Enrique Cárdenas, respectivamente; ambos parecían figuras de buena imagen, el último estaba muy vinculado al ambiente universitario, pero, en los dos casos, pareciera que la mala imagen de sus partidos pesó en su contra.

Sería deseable contar con una muestra representativa de todo el estado, pero, por razones estrictamente financieras, esto no fue posible. Por otro lado, la investigación hubiera necesitado procedimientos matemáticos que demandan una muestra de un tamaño mucho mayor, por lo que el diseño muestral se encaminó a maximizar el número de casos con recursos económicos limitados. Bajo estas premisas, se decidió encuestar a población estudiantil, pues son el grupo con mayor facilidad de acceso para estos estudios. Si bien no se puede garantizar que una muestra estatal hubiera arrojado resultados muy diferentes, la mera posibilidad de que existan sesgos genera que los resultados encontrados deban examinarse con cautela. Por esto, en la última sección del trabajo se elaboran muchas discusiones teóricamente relevantes, pero se destaca la necesidad de recuperar lo aprendido en este estudio e incorporarlo a otros mucho más grandes que habrían de confirmar o negar lo descubierto.

Se aplicaron 426 cuestionarios a grupos de estudiantes que descansaban en áreas comunes de Ciudad Universitaria de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). El levantamiento fue realizado por estudiantes de la misma universidad que apoyaron el presente estudio. El trabajo sucedió entre el 6 y el 24 de mayo de 2019 (la elección fue el 2 de junio). La muestra contiene 50.6 % de varones y una edad promedio de 23 años. Debido a que hay cerca de 61 000 estudiantes de licenciatura en la BUAP,<sup>22</sup> se considera que la muestra es representativa de dicho universo, con 95 % de confianza y 5 puntos porcentuales de error. Como se mencionó, la premisa rectora fue conseguir la mayor cantidad de casos posibles, más que interesarse concretamente en la población estudiantil, de ahí que, por ejemplo, no se hubieran revisado estudios políticos sobre estudiantes.

## Resultados

Las preguntas sobre características de candidatos preguntaban lo siguiente: “de estos candidatos a gobernador, ¿cuál piensas que tiene más de los siguientes rasgos?”; luego aparecían los rasgos que se muestran en la Tabla 1 y, al lado, tres casillas con los candidatos: “Barbosa”, “Cárdenas”

22 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, “Anuario estadístico 2018-2019”, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México. Disponible en <<https://pdi.buap.mx/sites/default/files/2019/anuario%2018-19.pdf>>, [fecha de consulta: 21 de noviembre, 2020].

y “Jiménez”. El cuestionario también incluyó la pregunta: “¿por qué candidato votarás?”, cuyas opciones de respuesta fueron los mismos candidatos, junto con la opción “ninguno de estos tres”.

Destacó la homogeneidad de las respuestas. Los informantes decían que el candidato por el que votarían contaba con todas o casi todas las virtudes propuestas en el cuestionario. Poco más de un tercio de los encuestados le atribuyó al candidato por el que expresaba preferencia *todas* las virtudes por las que se preguntó. Esto implicó un alto grado de multicolinealidad, lo que determinó algunas decisiones estadísticas que se expresan más adelante. Este fenómeno se observó incluso donde no debería darse, por ejemplo, 81.3 % de los informantes que dijeron que votarían por Miguel Barbosa (candidato morenista) afirmó también que “tiene la mejor formación académica”. Sin embargo, el candidato de MORENA —actual gobernador— solo estudió la licenciatura, mientras que el panista cuenta con maestría y doctorado en economía por la universidad de Yale y el priista ha sido rector interino de la Universidad Autónoma de Chapingo. Es evidente que nadie (racionalmente) debería pensar que el candidato de MORENA tiene la mejor formación académica.

Vale la pena señalar que el cuestionario incluía tres características “negativas”: ser “el más corrupto”, “el peor como persona” e interesarse solo “en su propio bienestar”; estas no se incluyen en los análisis siguientes porque hablan sobre por quién no votarán los informantes, cuando aquí se desea explicar por quién sí lo harán. Sin embargo, las respuestas sí cambiaron en estos reactivos. Los informantes asignaban casi todos los rasgos positivos por los que se preguntó al candidato por el que reportaban que votarían, pero casi nadie le atribuía también las características negativas. En consecuencia, menos de 5 % de la muestra dijo que votaría por el mismo candidato que encontraba como “el más corrupto”. Esto nos sugiere que las personas sí parecen haber contestado el cuestionario con cuidado, por lo que si afirmaron que su candidato favorito contaba con todas o casi todas las virtudes incluidas en el cuestionario, era porque así lo creían o, al menos, así lo declararon. Este hallazgo sugiere que las personas no parecen hacer evaluaciones muy objetivas y racionales de los candidatos, pues difícilmente uno solo tendría todas o casi todas las virtudes por las que se preguntó.

Continuando con las características de los candidatos y la preferencia electoral, la Tabla 1 muestra las características que las personas debían asignar a alguno de los tres candidatos y el porcentaje de personas que dijeron que votarían por quien tuviera esa característica. Por ejemplo, la primera línea nos indica que 70.5 % de las personas dijo que votaría por el mismo candidato que “sería el más efectivo como funcionario” (reactivo que cuenta con el mayor porcentaje), la segunda nos dice que el 69.4 % de los informantes votaría por el mismo candidato que le pareciera que más sería “un buen ejemplo para los poblanos” y así sucesivamente:

**Tabla 1. Relaciones entre rasgos positivos de candidatos e intención electoral**

Núm.	Característica	Porcentaje
1	Sería el más efectivo como funcionario	70.5 %
2	Sería un buen ejemplo para los poblanos	69.4 %
3	Es el que más podría unir y guiar a Puebla	68.7 %

4	Conuerdo más con la ideología de su partido	68.6 %
5	Es el más inteligente	68.4 %
6	Me identifico más con él	68.2 %
7	Comparte más de mis valores y principios	68.2 %
8	Me identifico con alguno de los partidos que lo postula	67.6 %
9	Tiene las mejores propuestas	67.6 %
10	Tiene más liderazgo	67.4 %
11	Tiene la mejor formación académica	67.3 %
12	Tiene la mejor experiencia profesional	67.2 %
13	Es el más competente	67.1 %
14	Tiene más valores familiares	66.8 %
15	Sería un buen ejemplo para los niños	66.8 %
16	Es un ejemplo moral	66.8 %
17	Es la mejor persona	66.7 %
18	Se rodea del mejor equipo de trabajo	65.9 %
19	Inspira a otros a ser mejores	65.8 %
20	Es el más fuerte	64 %
21	Ve más allá de sus propios intereses	63.2 %
22	Es el más carismático	62 %

Fuente: elaboración propia.

En general, se puede ver que la *efectividad* del funcionario sería lo más importante para los informantes. Acompañando a la *efectividad*, en los primeros lugares, hay varios reactivos cercanos a la "demanda moral" antes descrita: *unir y guiar a Puebla*, y ser un *buen ejemplo para los poblanos*. Solo hasta el cuarto lugar aparece un elemento ligado al partido y hasta el quinto se presenta un rasgo que parece vinculado a un elector racional que busca funcionarios eficientes y capaces.

Se hizo también un análisis separado por preferencia electoral, es decir, se contempló solo a quienes votarían por un candidato y se revisó qué características le atribuían más. Los patrones de la Tabla 1 se mantuvieron, pero con algunas particularidades; por ejemplo, los seguidores de MORENA dieron mucho peso al partido: características como *identificarse con el partido que lo postula* o *con su ideología* aparecen en cuarto y segundo lugar, lo que es curioso si se considera que MORENA es un partido joven y poco consolidado, y abre la posibilidad de que —en el caso de MORENA— los reactivos que preguntan por el partido estén capturando una reacción asociada a la figura de AMLO. Quizás aquí el partido es el vínculo entre dos personas particulares; esta idea se recupera como hipótesis en las conclusiones. También destacó la variable de la *fuerza* y la de *unir y guiar a Puebla*.

Los seguidores del PAN mostraron menos efectos de partido y más énfasis en virtudes propias del candidato, como la efectividad y la inteligencia, o en la formación académica. Se nota aquí —como sucede más adelante—, que los panistas parecen resaltar elementos más pragmáticos y menos cercanos a la demanda moral y al partido. Aun así, hay énfasis en el papel de *líder moral* con virtudes como *ser un buen ejemplo* o *compartir valores y principios*. El PRI muestra un patrón similar al PAN, con poco énfasis en el partido y más interés en las virtudes del candidato, que incluyen las pragmáticas (experiencia profesional, efectividad), pero principalmente las morales (mejor persona, identificarse con el candidato, valores familiares, ser ejemplo, compartir valores).

Como se dijo antes, las variables independientes están muy correlacionadas entre sí, lo que propició la búsqueda de alguna forma de control de variables. Esto se realizó porque quizás algunos factores no tenían relación “real” con la preferencia electoral, sino que solo estaban vinculados con otros que sí eran relevantes. Con los datos que se obtuvieron, el análisis ideal hubiera sido una regresión logística polinómica, en la cual los tres candidatos fungieran como variable dependiente, y cada reactivo de la Tabla 1, como una variable independiente. Desafortunadamente, la muestra era demasiado pequeña para ese procedimiento, por lo que se hicieron ajustes.

En lugar de un único modelo con los tres candidatos, se hizo una regresión dicotómica para cada candidato. Además, en lugar de incluir todos los rasgos de la Tabla 1 como variables independientes, se hicieron tres índices que agrupaban reactivos. Con base en el modelo Michigan y en su énfasis en el partido, el primer conjunto fue el “índice partido”, que incluyó los reactivos: *conuerdo más con la ideología de su partido* y *me identifico con alguno de los partidos que lo postula*. Como se notó en la Tabla 1, destacaron también características relacionadas con la “demanda moral”, por lo que se hizo un “índice moral”, que agrupó las características de candidatos relacionados con dicha idea: ser carismático, unir y guiar a Puebla, ser la mejor persona, identificarse con el candidato, inspirar a ser mejor, compartir valores y principios, ser ejemplo moral, ser ejemplo para los poblanos, tener valores familiares y ser ejemplo para los niños. Finalmente, se hizo también un “índice racional” que recupera las características de los candidatos que apuntan a la búsqueda de un funcionario eficiente, profesional y efectivo, lo que en el trabajo de Gutiérrez se denomina la demanda “pragmática”<sup>23</sup> y que se piensa cercano a cómo la teoría racional imagina la selección de un candidato. En este índice se incluyeron los reactivos relacionados con la creencia de que el candidato es el más inteligente, el mejor preparado académicamente, el más competente, el de mejor experiencia profesional, y el de mejor equipo y propuestas.

Algunas pocas variables no quedaron incluidas en ningún índice por no pertenecer claramente a ninguno de ellos. De este pequeño grupo destaca la de ser “efectivo” como funcionario. Dicho reactivo tiene mucha fuerza estadística, pero es complejo de interpretar. Tal vez, esa *efectividad*, en la mente de las personas, se vincula con virtudes morales o quizá con características más pragmáticas; no hay forma clara de saberlo. Dada la importancia de este rasgo, sería interesante que estudios futuros indaguen qué entienden las personas por *efectivo*.

Bajo estas premisas, se llegó a estos tres modelos con variables independientes estandarizadas:

23 Héctor Gutiérrez Sánchez, *op. cit.*

**Tabla 2. Regresiones con índices por partido**

	Regresión MORENA	Regresión PAN	Regresión PRI
Índice partido	$P = 0.21$ Exp. = 2.05	$P = 0.31$ Exp. = 1.79	$P = 0.97$ Exp. = 0.98
Índice racional	$P = 0.09$ Exp. = 5.00	$P = 0.02$ Exp. = 9.41	$P = 0.02$ Exp. = 6.22
Índice moral	$P = 0.02$ Exp. = 8.80	$P = 0.01$ Exp. = 10.61	$P = 0.00$ Exp. = 15.56

Fuente: elaboración propia. El valor  $P$  indica si el índice tiene relación significativa con el voto por el partido en cuestión, generalmente se toma el punto de corte 0.05. Cuando el valor  $P$  es menor a 0.05, se asume que las variables están relacionadas. El Exp. es la razón de momios; entre más grande sea, más fuerte es la relación entre las variables. Lo mismo ocurriría con un Exp. muy inferior a 1.

Destaca que el índice del partido no fue significativo en ningún caso. En regresiones simples, los índices de partido son significativos con  $P$  menores a 0.001 y con exponentes de 15, 17 y 7 para MORENA, PAN y PRI. Sin embargo, en las regresiones múltiples el partido claramente deja de ser importante. La inclusión de rasgos de los candidatos (morales o racionales) controla el efecto del partido, lo que curiosamente se opone a lo encontrado por Moreno.<sup>24</sup>

También es interesante que solo el índice moral permanece significativo en todos los partidos, mientras que con un  $\alpha$  de 0.05 solo sería relevante lo racional en el PRI y el PAN. Como se dijo antes, los panistas parecen ser los más interesados en virtudes pragmáticas: el exponente del índice racional es mayor en el PAN que en cualquier otro partido, y se acerca, incluso, al moral, aunque los exponentes de los índices morales son siempre los más altos en los tres modelos.

## Discusión y conclusiones

Resumiendo los resultados, se encontró que las personas en esta muestra le asignan casi todas las virtudes disponibles al candidato por el que tienen preferencia electoral. Esto es relevante porque parece contradecir la idea de un electorado racional, informado y calculador. Es casi imposible que un candidato sea el que objetivamente tiene más de *todas* las virtudes enlistadas. Esta falta de objetividad resulta particularmente visible en el reactivo sobre educación, en el que claramente el candidato de MORENA no es el de mejor preparación académica, a pesar de lo cual el grueso de quienes lo apoyan electoralmente dice que es el de mejor historial académico.

Esta falta de objetividad nos recuerda el mecanismo propuesto por el modelo Michigan, que establece que las personas no ven la realidad "tal cual es", sino que filtran y sesgan los datos que reciben en función de sus preferencias políticas. Bajo esta lógica, sí sería comprensible que los informantes identifiquen a su candidato predilecto como el poseedor de todas o casi todas las virtudes enlistadas. Pese a este acercamiento con el modelo psicológico, no podemos concluir rápidamente que el modelo Michigan explique las respuestas de los informantes, pues el partido no mostró relaciones estadísticas sólidas con la preferencia electoral.

El índice de partido se relacionó con la preferencia electoral en regresiones simples, pero cuando se incluyeron los índices moral y racional (Tabla 2), dicha relación desapareció, por lo que parece

24 Alejandro Moreno, *La decisión electoral*, op. cit., p. 262.

ser espuria. Se entiende que se trata de un estudio modesto, cuya muestra es pequeña y con un enfoque metodológico poco común, pero es interesante que este hallazgo sea diametralmente opuesto a varios trabajos de Moreno,<sup>25</sup> en los que se señala que el partido controla la evaluación tanto de candidatos como de gobernantes salientes.

Aun si el partido no funcionó aquí como el modelo Michigan propone, esto no significa que no sea parte del mecanismo de decisión electoral en esta muestra. El partido podría funcionar como una especie de “marca” o una asociación entre políticos. La encuesta aquí utilizada incluyó varios reactivos de control, uno de los cuales fue: “Sé qué esperar de un candidato en función del partido que lo postula”, ante el que 64.2 % respondió con algún grado de acuerdo. También se indagó si “los políticos de un mismo partido suelen tener los mismos valores y principios”, y 67.9 % concordó con dicha afirmación. Asimismo, fue interesante que el partido importó más para los electores de MORENA que para los del PRI o el PAN, a pesar de que los dos últimos son los partidos más consolidados y que la afinidad por el candidato de MORENA pareciera explicarse más por la asociación entre Barbosa y AMLO. En la muestra analizada, el partido no parece determinar el voto. Todo indica que los candidatos pudieran ser lo importante, pero es posible que la imagen del candidato esté, en algún grado, vinculada al partido que lo postula. Si se recuerda que, en esta muestra, las personas encuestadas asignaron casi todas las virtudes a su candidato favorito y ni siquiera atinaron a saber quién tenía la mejor preparación académica, no parece que se trate de electores que hagan una indagación muy profunda de cada candidato. Los encuestados seguramente infieren muchas cosas y suponen otras tantas. En este proceso, lleno de información insuficiente, el partido bien podría dar algunas pistas básicas sobre qué esperar de un candidato en función de cómo se desempeñaron otros del mismo partido.

Quizá se tiene aquí una lógica de “marcas”. Por ejemplo, al elegir un auto nuevo, el comprador regular desconoce mucha de la información técnica necesaria para tomar una decisión “racional”, pero si ha tenido experiencias previas (positivas o negativas) con algún automóvil, quizá tienda a suponer que otros vehículos de la misma marca tendrán un desempeño parecido (sea esto cierto o no). De un modo similar, quizá podríamos pensar que los partidos no determinan directamente el voto, sino que el candidato es lo relevante, pero de todas formas el elector debe juzgar a los candidatos y no tiene suficiente información para hacer una decisión racional, por lo que posiblemente los ciudadanos asuman cosas de los candidatos en función de cómo evaluaron a candidatos/gobernantes que abanderaron los mismos colores, aunque esto es solo una hipótesis generada por los datos aquí analizados.

Esta hipótesis del partido “marca” parece concordar con la figura actual del Presidente y MORENA. Nadie ha crecido bajo una identificación partidista con MORENA (en el modo tradicional del modelo Michigan), pero el partido sí podría ser la cadena de transmisión que vincula al carismático Presidente con los —quizá no tan carismáticos— candidatos de su partido.

Los análisis mostrados nos sugieren que los candidatos son más relevantes que los partidos, pero, contrario a casi todos los estudios que investigan candidatos, los datos no nos empujan hacia el enfoque racional. Debido a que la muestra no se comportó de manera racional, informada y objetiva, los resultados parecieran apoyar el énfasis en los candidatos, propio del enfoque racional, pero con una mecánica de sesgos cognitivos y poca objetividad, similar al modelo Michigan. Esto

25 *Idem.*

es una posibilidad teóricamente interesante, pero limitada por el pequeño tamaño de la muestra y sus posibles sesgos.

Por otro lado, quedan elementos que fueron poco claros, pero que parecen interesantes. Por ejemplo, destacó el reactivo de ser *efectivo como funcionario*, que está muy relacionado con la preferencia electoral, pero su interpretación por parte de los encuestados no es clara. Para esto habría también que considerar la posibilidad de que el reactivo sea demasiado cercano a la variable dependiente, pues quizás es obvio que la gente votará por quien cree que será el mejor funcionario.

Para concluir, fue interesante observar cómo los hallazgos mostrados encajan bastante bien en un posible mecanismo que incorporaría elementos de teorías que parecen contradictorias. Quizá las personas reaccionan sobre todo a los candidatos —en particular, a su capacidad para satisfacer la “demanda moral”—, y eso los pone en una mecánica relativamente racional, pues hay una demanda precisa que se desea satisfacer y se busca el mejor medio (el candidato, en este caso) para satisfacerla. También es posible que la búsqueda de un asunto moral no sea lo que los teóricos racionales más suelen imaginar en el electorado, pero sigue siendo una demanda que se quiere satisfacer. Sin embargo, es difícil saber si un candidato será un buen guía moral, por lo que las personas están en una situación de escasez de información y deben inferir y adivinar. Esto empuja a la ciudadanía hacia atajos cognitivos, como los partidos. Según este mecanismo hipotético, el partido no es un verdadero determinante del sufragio, pero si un político tiene mala o buena fama y comparte partido con un candidato, el segundo será asociado con el primero; por eso el partido importa en estadística bivariada, pero su efecto se controla ante la presencia de índices morales y racionales de candidatos. Desarrollada ya una preferencia (consciente o no y quizá muy moral), la persona organiza la información que recibe para justificar su inclinación, lo que genera sesgos cognitivos similares a los que el modelo Michigan habría previsto, pero hacia las personas en lugar de hacia los partidos. Esto explicaría por qué las personas encuestadas le asignaron casi todas las virtudes al candidato que preferían.

El párrafo anterior es solo una hipótesis; faltaría mucho trabajo para saber si es verdadera o falsa. En cualquier caso, parece claro que, al explicar el voto, deberíamos poner más atención a las características que les asignan las personas a sus candidatos, especialmente aquellas relacionadas con lo moral o con el liderazgo, y esta probablemente es la principal conclusión del trabajo.

Un estudio tan pequeño como este, en un contexto tan localizado, no podría refutar teorías con décadas de tradición; tampoco podría confirmar las hipótesis de esta última sección. Quizás hay sesgos en la muestra, quizás el contexto político trabajado fue una única excepción. Pero los hallazgos aquí mostrados dialogan intensamente con las principales explicaciones sobre el voto, por lo que las futuras investigaciones, con muestras mayores y en otros contextos, podrían comenzar a considerar el papel que desempeña la evaluación de los candidatos —con énfasis en asuntos morales— y en repensar el papel de los partidos en todo esto.

## Referencias

- BEAN, Clive y MUGHAN, Anthony, “Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain”, *The American Political Science Review*, vol. 83, núm. 4, American Political Science Association, Cambridge, Nueva York, EE. UU., 1989, pp. 1165-1179.
- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, “Anuario estadístico 2018-2019”, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México. Disponible en <<https://pdi.buap.mx/sites/default/files/2019/anuario%2018-19.pdf>>, [fecha de consulta: 21 de noviembre, 2020].

- BOLÍVAR MEZA, Rosendo, "Desdibujamiento ideológico y pragmatismo. MORENA en la coalición Juntos Haremos Historia, durante el proceso electoral de 2018", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 31, Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Ciudad de México, México, 2019, pp. 61-76. Disponible en <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/65654>>, doi: <http://dx.doi.org/10.22201/fcyps.24484911e.2019.27.65654>, [fecha de consulta: 21 de octubre, 2019].
- CAMPBELL, Angus, CONVERSE, Philip, MILLER, Warren y STROKES, Donald, *The American Voter*, Wiley, Nueva York, EE. UU., 1960.
- DOWNS, Anthony, *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Brothers, Nueva York, EE. UU., 1957.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia y VALDÉS, María Eugenia (coords.), *La geografía del poder y las elecciones en México*, Plaza y Valdés, D. F., México, 2000.
- GUARDADO RODRÍGUEZ, Jenny, "La identidad partidista en México. Las dimensiones políticas de la competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006", *Política y Gobierno*, vol. temático, núm. 1, Centro de Investigación y Docencia Económicas, D. F., México, 2009, pp. 137-175.
- GUTIÉRREZ SÁNCHEZ, Héctor, "La demanda moral hacia los políticos", *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, vol. 26, núm. 76, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 2019, pp. 233-272. Disponible en <<http://www.espiral.cuchsp.udg.mx/index.php/EEES/article/view/7097>>, doi: <https://doi.org/10.32870/eees.v26i76.7097>, [fecha de consulta: 22 de octubre, 2019].
- KING, David y MATLAND, Richard, "Sex and the Grand Old Party", *American Politics Research*, vol. 31, núm. 6, SAGE, Nueva York, EE. UU., 1980, pp. 595-612.
- KORSTANJE, Maximiliano y ROBIN, Corey, *El miedo: historia de una idea política*, Fondo de Cultura Económica, D. F., México, 2009.
- KUSCHICK RAMOS, Murilo, "Pronóstico electoral para el Distrito Federal en la elección de 2012", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 12, Universidad Nacional Autónoma de México, D. F., México, 2012, pp. 127-145.
- MARKUS, Gregory B., "Political Attitudes During an Election Year: A Report on the 1980 NES Panel Study", *The American Political Science Review*, vol. 76, núm. 3, The American Political Science Association, Cambridge, EE. UU., 1982, pp. 538-560.
- MEROLLA, Jennifer y ZECHMEISTER, Elizabeth J., "Las percepciones de liderazgo en el contexto de las elecciones mexicanas de 2006", *Política y Gobierno*, vol. temático, núm. 1, Centro de Investigaciones y Docencia Económicas, D. F., México, 2009, pp. 41-81.
- MILLER, Arthur, WATTENBERG, Martin y MALANCHUK, Oksana, "Schematic Assessments of Presidential Candidates", *Political Science Publications*, núm. 80, vol. 2, The American Political Science Association, Cambridge, EE. UU., 1986, pp. 521-540. Disponible en <<https://www.cambridge.org/core/journals/american-political-science-review/article/abs/schematic-assessments-of-presidential-candidates/09ADAD4F330609E2B185D29461004293>>, doi: <https://doi.org/10.2307/1958272>, [fecha de consulta: 5 de octubre, 2019].
- MORALES GARZA, Martha Gloria y FERNÁNDEZ GARCÍA, Luis Alberto, "¿Por qué ganó López Obrador?", en MORALES GARZA, Martha Gloria y FERNÁNDEZ GARCÍA, Luis Alberto (coords.), *Electores 2.0 y partidos viejos. Las elecciones mexicanas de 2018*, Instituto Nacional Electoral, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México, 2019, pp. 15-52.
- MORENO, Alejandro, *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, México, 2018.
- MORENO, Alejandro, *La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México*, Porrúa, D. F., México, 2009.
- MORENO, Alejandro y MÉNDEZ, Patricia, "La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México", *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 1, Centro de Investigación y Docencia Económicas, D. F., México, 2007, pp. 43-75.
- RICO, Guillem, *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, España, 2009.
- RODRÍGUEZ GARCÍA, Arturo, "Para el servicio público se necesita 99 % de honestidad y 1 % de capacidad, dice AMLO", *Proceso*, Ciudad de México, México, 13 de agosto, 2019. Disponible en <<https://www.proceso.com.mx/595958/para-el-servicio-publico-se-necesita-99-de-honestidad-y-1-de-capacidad-dice-amlo>>, [fecha de consulta: 17 de septiembre, 2019].
- ROSENBERG, Shawn W., BOHAN, Lisa, MCCAFFERTY, Patrick y HARRIS, Kevin, "The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference", *American Journal of Political Science*, vol. 30, núm. 1, Midwest Political Science Association, EE. UU., 1986, pp. 108-127.
- SARTORI, Giovanni, *Partidos y sistemas de partidos*, Alianza, Madrid, España, 1980.
- VALDEZ ZEPEDA, Andrés, "El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales", *Reflexión Política*, vol. 14, núm. 31, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga, Colombia, 2012, pp. 134-140.
- VALDEZ ZEPEDA, Andrés, HUERTA FRANCO, Delia A., PÉREZ PRECIADO, Octavio A., "El miedo como estrategia 'ganadora': el caso de la elección presidencial en México, 2006", *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 3, núm. 145, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica, 2014, pp. 133-146.

