

***Parte III. Comportamiento y  
Campañas electorales***

## ***El comportamiento electoral en la elección presidencial mexicana de 2024***

ONIEL FRANCISCO DÍAZ JIMÉNEZ  
CARLOS SÁNCHEZ Y SÁNCHEZ  
MIGUEL EDUARDO ALVA RIVERA

Este capítulo examina los determinantes del voto en la elección presidencial de México de 2024, con un análisis del triunfo de Claudia Sheinbaum —candidata de la coalición Sigamos Haciendo Historia, conformada por el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), Partido del Trabajo (PT) y Partido Verde Ecologista de México (PVEM)— frente a Xóchitl Gálvez —abanderada de los tradicionales Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN) y Partido de la Revolución Democrática (PRD)—. El estudio se fundamenta en la literatura comparada especializada y la revisión de las tendencias electorales de las últimas décadas, con el objetivo central de identificar continuidades y rupturas, en particular respecto al proceso de 2018. Para estructurar el análisis, adoptamos el esquema propuesto por LeDuc y Niemi (2014), el cual distingue entre factores de largo, mediano y corto plazo como variables explicativas del comportamiento y los resultados electorales (véase tabla 8.1).

### **TEORÍAS DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL**

Para la Escuela de Michigan (Campbell et al., 1960), el voto se explica a través del modelo del embudo de la causalidad, el cual integra determinantes sociales y psicológicos. El proceso comienza en la parte más ancha con factores de largo plazo, como la estructura social y los clivajes históricos. Después, estos factores moldean actitudes políticas centrales, sobre todo la identificación partidista, que actúa como un atajo cognitivo o heurístico para interpretar la política. En el extremo final, y más estrecho del embudo, intervienen los elementos de corto plazo y mayor proximidad a la decisión: la evaluación de los candidatos y los temas de la coyuntura electoral (figura 8.1).

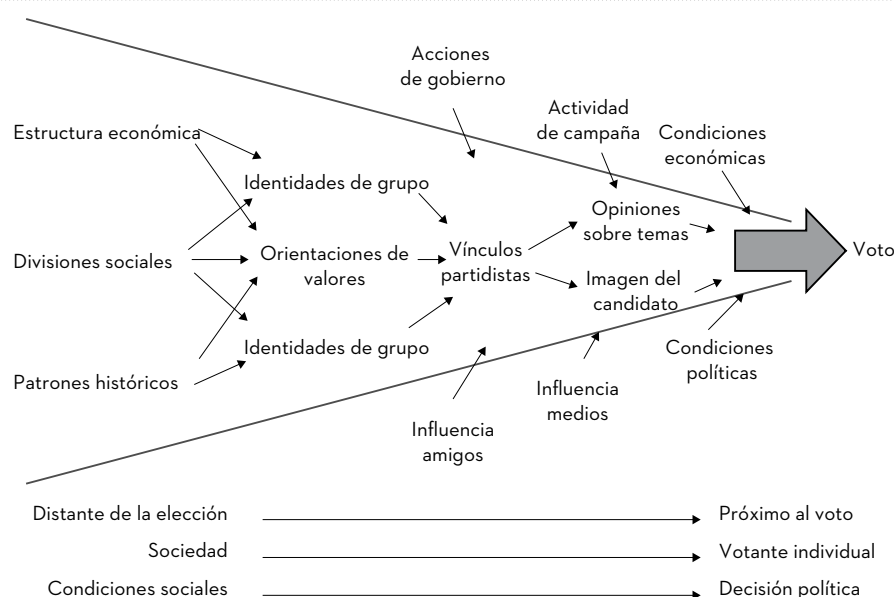
A continuación, se analiza el comportamiento electoral de las y los mexicanos en las elecciones presidenciales de 2024, en perspectiva comparada con los comicios de 2012 y 2018. El estudio cuantitativo utiliza datos de la encuesta de salida de GEA-ISA, con base en modelos de regresión logística binaria. La variable dependiente se define como el voto por las candidatas principales: Claudia Sheinbaum (Morena) y Xóchitl Gálvez (oposición). Como variables explicativas, se incorporan factores clásicos de la literatura sobre comportamiento electoral, divididos en dos dimensiones:

**TABLA 8.1 MARCO ANALÍTICO PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL Y LOS RESULTADOS ELECTORALES**

| Factores de largo plazo                                                                                                                                                                                                | Factores de mediano plazo                                                                                                                                         | Factores de corto plazo                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociodemográficos y socioeconómicos</li> <li>• Partidismo / anti-partidismo</li> <li>• Cambio social</li> <li>• Cambio de valores</li> <li>• Remplazo generacional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño gubernamental (economía, seguridad, combate a la corrupción etcétera)</li> <li>• Políticas públicas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Candidatos</li> <li>• Medios</li> <li>• Dinero</li> <li>• Organización</li> <li>• Debates</li> <li>• Eventos de campaña</li> <li>• Participación electoral</li> </ul> |

Fuente: adaptado de LeDuc y Niemi (2014).

**FIGURA 8.1 EL EMBUDO DE LA CAUSALIDAD**



Fuente: Dalton (2020, p.184).

- Sociodemográficos: región, religión, religiosidad y nivel socioeconómico.
- Actitudinales: ideología (izquierda–derecha), partidismo, opinión sobre las candidatas y evaluación del desempeño gubernamental en temas clave (economía, pobreza, inseguridad y corrupción).

Para el análisis, se interpretan el signo y la significancia estadística de los coeficientes (B), identificando qué factores favorecieron el voto por cada candidata. Asimismo, se examinan los coeficientes de Wald para ponderar el peso de cada variable predictora, y se reporta la  $R^2$  de Nagelkerke para determinar la capacidad explicativa global de los modelos.

## FACTORES DE LARGO PLAZO

### **La teoría sociológica del voto (variables sociodemográficas y socioeconómicas)**

Para la teoría sociológica del voto (Lazarsfeld et al., 1944), las decisiones electorales están fuertemente condicionadas por el sentido de pertenencia a grupos sociales. En consecuencia, el voto suele reflejar variables como el origen, el sexo, la edad, el nivel educativo y el estatus socioeconómico. Esta corriente ha impulsado una amplia agenda de investigación sobre los determinantes estructurales del comportamiento electoral, con un análisis del impacto de clivajes tradicionales como la clase social (Evans, 2017; Evans y Northmore-Ball, 2018) y la religión (Elff y Rossteutscher, 2017), así como factores de género (Campbell, 2017), etnicidad (Sobolewska, 2017) y edad (Dassonneville, 2017).

En lo que respecta al caso mexicano, la literatura ha documentado la influencia significativa de factores como la edad, la educación, el ingreso, la etnicidad y la religiosidad. Asimismo, destaca el peso del lugar de residencia —ya sea en la dicotomía urbano-rural o por clivajes regionales (norte, centro, sur, occidente)— en la decisión del o la votante (Moreno, 2003, 2009b; Klesner, 2009; Baker, 2009; Díaz-Domínguez, 2014; Aguilar, 2019; Márquez y Martínez-Hernández, 2022).

Diversos estudios corroboran el peso de las variables socioeconómicas en la orientación electoral de los mexicanos (Moreno, 2003; Klesner, 2009; Díaz-Domínguez, 2014, entre otros), y entre ellos destaca la tesis de Moreno (2003) sobre la superposición de clivajes basados en la edad, la escolaridad y el entorno urbano-rural. Según el autor, desde la década de los noventa del siglo XX se perfilaban dos bloques políticos diferenciados: por un lado, un electorado tradicional —de mayor edad, menor escolaridad y predominio rural— que constituía la base del PRI; y, por otro, un electorado moderno —más joven, con mayor nivel educativo y sobre todo urbano— que tendía a favorecer a los partidos de oposición.

Si bien otras divisiones sociales, como la religión y la religiosidad, son relevantes, la dirección de sus efectos en el voto ha sido menos clara. Por una parte, algunos estudios sugieren que estas variables favorecieron al PRI sobre el PAN en las elecciones legislativas y presidenciales de 2000 y 2006 (Moreno, 2003; 2009a). Por otro lado, existe evidencia que documenta lo contrario: una mayor religiosidad se asoció con el voto por el PAN en las presidenciales de 2000 (Moreno, 2009b) y 2012 (Díaz-Domínguez, 2014). A pesar de esta ambivalencia, la literatura confirma que los factores sociodemográficos y socioeconómicos mantuvieron vigencia explicativa en la elección de 2012 (Camp, 2013; Díaz-Domínguez, 2014; Díaz Jiménez et al., 2024). De acuerdo con Díaz-Domínguez (2014, p.61), en dicha elección:

[...] los electores urbanos y educados optaron por el PAN y el PRD, mientras que los electores rurales y menos educados optaron por el PRI. Por otra parte, los electores religiosos optaron por el PAN y el PRI, mientras que los electores menos devotos optaron por el PRD. Estas líneas de conflicto social sugieren que los electores urbanos, educados y religiosos tienden a apoyar al PAN, mientras que los electores urbanos, educados y lejanos a la religión tienden a apoyar al PRD. Finalmente, el PRI parece contar, entre otras, con bases sociales razonablemente tradicionales: electores rurales, menos educados y muy religiosos.

Sin embargo, como señalan Díaz Jiménez et al. (2024), la literatura coincide en que, antes de 2018, la región de residencia fue la variable estructural que influyó con mayor fuerza y consistencia en las preferencias electorales. A lo largo de la historia, los votantes del norte y el centro-occidente mostraban una mayor propensión a votar por el PAN o el PRI, y rechazaban al PRD. En contraste, el electorado del sur favorecía al PRI o al PRD, por encima del PAN (Poire, 1999; Moreno, 2003, 2009b; Klesner, 2009; Baker, 2009; Camp, 2013; Somuano, 2014; Díaz-Domínguez, 2014; Aguilar, 2019).<sup>1</sup> En el caso concreto de la elección presidencial de 2012, Díaz Jiménez et al. (2024) encuentran que, además de la religión católica, residir en localidades rurales o en las regiones norte y centro-occidente disminuyó de forma significativa la probabilidad de apoyar al candidato perredista Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Por el contrario, la única variable estructural que lo favoreció —aunque con poca fuerza— fue el nivel socioeconómico.

Por su parte, los estudios sobre la contienda presidencial de 2018 evidencian diferencias sustanciales respecto a elecciones previas, en donde destaca un marcado declive en el impacto de los factores sociodemográficos y socioeconómicos como variables explicativas (Aguilar, 2019; Aparicio y Castro Cornejo, 2020; Díaz Jiménez et al., 2024). De hecho, mientras que en 2012 los factores estructurales explicaban el 16% de la variación en las preferencias electorales, seis años más tarde su capacidad explicativa descendió a solo el 7% (Díaz Jiménez et al., 2024).<sup>2</sup> Así también, los análisis señalan un cambio en la base de apoyo: si bien en procesos anteriores las mujeres y el electorado rural mostraban una menor probabilidad de votar por AMLO, en 2018 el candidato logró cerrar la brecha de género, así como la distancia entre votantes urbanos y rurales que por tradición lo habían desfavorecido (Aparicio y Castro Cornejo, 2020; Camp, 2013).

Asimismo, el estudio de Aguilar (2019) revela que, a diferencia de los procesos de 2006 y 2012, las y los votantes de las regiones norte y centro-occidente no mostraron una menor propensión a apoyar a AMLO, en comparación con los del centro (su bastión histórico).<sup>3</sup> Un fenómeno análogo se observó en el clivaje educativo: los segmentos de menor escolaridad, que por tradición favorecían al PRI, modificaron su comportamiento en 2018. Según documentan Aparicio y Castro Cornejo (2020), estos grupos igualaron su probabilidad de voto por el candidato de Morena respecto a los electores de mayor nivel educativo, diluyendo así la brecha escolar previa.

Otros análisis del voto en la elección presidencial de 2024 muestran una continuidad respecto a lo ocurrido en 2018 (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024). Los autores señalan que la composición socioeconómica de la coalición de votantes que apoyara a AMLO en 2006 y 2012, bajo la etiqueta del PRD, es de manera significativa distinta que la de la coalición que lo apoyó a él y a Claudia Sheinbaum en 2018 y 2024, de forma respectiva.

Mientras que, particularmente en 2006, AMLO como candidato del PRD recibió ligeramente más apoyo entre votantes con mayor educación, ingreso y que vivían en secciones electorales urbanas, en 2018 y 2024 esta relación se revirtió. Tanto López Obrador como Sheinbaum, como candidatos de Morena, recibieron muchos más votos de votantes con

1. Por lo general, los análisis utilizan la región centro como la categoría de referencia.

2. Esta disminución en el peso explicativo de los factores estructurales no es exclusiva del caso mexicano, ya que coincide con la tendencia de desalineamiento documentada en diversas democracias avanzadas (Dalton, 2020).

3. En esta línea, Díaz Jiménez et al. (2024) confirman que la residencia en el norte y el sur se consolidó como un predictor significativo del voto por AMLO.

menores niveles de educación, ingreso y de votantes rurales (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024).

Como se señaló también en el estudio introductorio de este volumen, la candidata presidencial de Morena no solo replicó, sino también logró ampliar de manera significativa la coalición de votantes que apoyó a AMLO en la elección presidencial previa. Por ejemplo, al igual que su predecesor en 2018, obtuvo un apoyo mayoritario (de alrededor del 50% o más) entre los electores de bajo, medio y alto nivel de escolaridad. Sin embargo, la ahora presidenta amplió de gran forma el apoyo a su partido entre los electores sin estudios y de baja escolaridad. De igual manera, Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán (2024) señalan que Sheinbaum no solo conservó el apoyo mayoritario entre los electores de bajo, medio y alto nivel de ingreso que obtuviera AMLO en la elección presidencial previa, sino que también incrementó de modo considerable el apoyo a su partido entre los electores de bajo ingreso.

Con el fin de analizar el impacto de diversas variables de largo, mediano y corto plazo en el comportamiento electoral en 2024, realizamos dos modelos de regresión logística binaria con base en la encuesta de salida de la casa encuestadora GEA-ISA (2024), uno con el voto por Claudia Sheinbaum como variable dependiente y otro con la preferencia por su principal rival, Xóchitl Gálvez. Nuestro análisis multivariado del voto con el apoyo a Sheinbaum como variable dependiente confirma esta tesis del realineamiento electoral en el nuevo sistema de partidos mexicano (tabla 8.3, p.176 de este capítulo). Los votantes de menor ingreso, que otrora formaban parte de la base priista en el viejo sistema de partidos, fueron sin duda más probables de apoyar a la candidata de Morena en las urnas, quizás en buena medida como consecuencia de las políticas y los programas sociales de la administración lopezobradorista, tal y como se argumenta en el estudio introductorio de este libro.

En suma, en la pasada elección presidencial se ha profundizado una reconfiguración muy significativa en el perfil socioeconómico de la coalición de votantes del lopezobradorismo, debido a que Morena y sus candidatos reciben ahora mucho más apoyo electoral de aquellos votantes que años atrás constituían la base del PRI hegemónico (véase también Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024).<sup>4</sup> Otras variables estructurales también tuvieron efectos en el voto por la candidata del partido gobernante, tal es el caso de la religiosidad, que disminuyó la probabilidad de votar por Sheinbaum.<sup>5</sup> No obstante, cabe advertir que, como en elecciones anteriores, el impacto de los factores sociales en las preferencias electorales resultó ser bastante limitado (Díaz Jiménez et al., 2024).<sup>6</sup>

De forma sorprendente, respecto al voto por Xóchitl Gálvez, nuestro modelo muestra que, entre quienes profesan la religión católica, hubo una menor inclinación a votar por la panista, pese a los tradicionales vínculos ideológicos entre su partido y este segmento del electorado (tabla 8.4, p.177 de este capítulo). Asimismo, el voto por Xóchitl fue menos probable entre los residentes de la región sur del país, resultado que, por el contrario, no

4. Asimismo, Sheinbaum replicó el apoyo mayoritario entre los electores de secciones electorales urbanas, mixtas y rurales obtenido por AMLO en 2018, pero también logró ampliar el apoyo a su candidatura en secciones mixtas, en especial en las rurales (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024).

5. Al respecto, cabe mencionar que los votantes más devotos también fueron menos probables de apoyar a AMLO en las urnas en la elección de 2012 (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

6. La Pseudo R<sup>2</sup> del modelo exclusivamente con variables sociodemográficas y socioeconómicas (no se muestra aquí) sugiere que estas explicaron solo un 5% de la variación observada en las preferencias electorales para el modelo de Sheinbaum y 7% en el de Gálvez.

sorprende dada la histórica debilidad del panismo en la región, que además parece irse consolidando con mayor rapidez como un fuerte bastión lopezobradorista.<sup>7</sup>

## VOTO IDEOLÓGICO DE PROXIMIDAD (IZQUIERDA-DERECHA)

Estudios comparativos previos (Zechmeister, 2015; Nadeau et al., 2017) sitúan a México como un caso de bajo impacto del voto ideológico en América Latina, fenómeno atribuido al escaso reconocimiento de las etiquetas izquierda–derecha como atajos cognitivos (heurísticos). Históricamente, esto se debió a la deliberada ambigüedad ideológica del régimen priista (Moreno, 2016; Gunther et al., 2016a). En ese contexto, el clivaje fundamental no era ideológico, sino político: el apoyo o la oposición a la continuidad del sistema autoritario (Domínguez y McCann, 1996).

Sin embargo, la democratización transformó esta dinámica. La competencia electoral real, en especial tras la alternancia de 2000 y la presencia de un partido de izquierda competitivo, incrementó la conciencia ideológica del electorado (Gunther, 2014). El punto de inflexión fue la elección presidencial de 2006, en la cual la polarización programática entre el PAN y el PRD activó el uso de estas etiquetas (Moreno, 2009b). Como evidencia de esta evolución, Gunther señala una drástica reducción en la incapacidad de autoubicación ideológica, que cayó del 44% en 2006 al 10% en 2012.

Diversas investigaciones sugieren que el peso de la ideología —sobre todo la identificación de izquierda— se ha incrementado de forma gradual desde 2006 (Torcal, 2014; Moreno, 2018a). Moreno (2018a) ilustra esta consolidación con datos contundentes: mientras Cuauhtémoc Cárdenas captó solo el 30% del voto del electorado de izquierda en 2000, AMLO logró aglutinar el 65% en 2006, el 73% en 2012 y el 83% en 2018. Esta tendencia se refleja también en la capacidad explicativa de sus modelos estadísticos (Pseudo R<sup>2</sup>), en donde la ideología pasó de tener valores bajos en 2000 y 2006, a niveles que rivalizaban con el partidismo en 2012.

En un trabajo previo (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024) confirmamos que la autoubicación ideológica funcionó como un predictor robusto del voto: los electores de derecha mostraron una propensión significativa menor a apoyar a AMLO, mientras que los situados a la izquierda fueron sus principales votantes. No obstante, aunque alta, la capacidad explicativa global de la ideología sufrió un ligero descenso entre 2012 y 2018, al pasar del 21% al 19%.

Así también, el impacto de la ideología como predictor del voto parece haber disminuido de gran modo en la pasada elección presidencial. Al igual que investigaciones previas (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024), nuestros modelos muestran un muy limitado impacto de las orientaciones ideológicas izquierda–derecha en las preferencias electorales. Aunque en un inicio las orientaciones ideológicas mostraron una relación estadísticamente significativa con el voto (con las y los votantes de derecha siendo menos probables de apoyar a Sheinbaum y más propensos a votar por Gálvez, incluso después de introducir variables de control sociodemográficas y socioeconómicas en el modelo), el efecto deja de ser significativo una vez que se controla por el impacto de otras variables explicativas más relevantes de largo plazo, como el partidismo; o de corto plazo, como las opiniones de los encuestados sobre los

7. La coalición del PAN con el PRI y el PRD, partidos que por tradición habían sido fuertes competidores electorales en el sureste, buscaba reducir, en alguna medida, la histórica debilidad del panismo sureño. Sin embargo, esto no fue posible debido al fuerte declive de las bases priista y panista frente a Morena en esta y otras zonas del país, experimentada en años previos.

temas / candidatos en competencia. Asimismo, la capacidad explicativa de la ideología (Pseudo R cuadrado de Nagelkerke) parece haber resultado mucho menor respecto a elecciones anteriores (alrededor de solo 2% de la variación en las preferencias en ambos modelos).

Al respecto, cabe advertir que la ideología está aún lejos de ser irrelevante en la explicación del comportamiento electoral; después de todo, Morena cuenta con una base bastante amplia y leal de votantes izquierdistas, y mucho del rechazo al partido y sus candidatos(as) proviene del electorado de derecha. Como se discutió en el estudio introductorio de la obra, la baja capacidad explicativa de la ideología en el comportamiento de las y los votantes en 2024 más bien confirma que, a diferencia de otros grandes partidos de izquierda que le precedieron (como el PRD), el partido guinda es un partido *catch-all*, con gran capacidad de apelar al electorado general y construir amplias coaliciones de votantes, así como de diverso perfil ideológico, más allá del electorado de izquierda. Como AMLO seis años antes, Sheinbaum obtuvo un apoyo mayoritario entre los votantes de izquierda y centro. Sin embargo, la ahora presidenta también logró ampliar el apoyo electoral hacia su partido entre los ciudadanos de orientación ideológica (quizá muy moderada) de derecha (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024).

## EL MODELO PSICOSOCIAL DEL VOTO (IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA)

Según la teoría psicosocial, o Escuela de Michigan (Campbell et al., 1960), la identificación partidista es un determinante clave que incide directa y con fuerza en la decisión del o la votante (Dalton, 2020). Sin embargo, su influencia es también indirecta, al moldear actitudes de corto plazo más cercanas al momento del voto, como la opinión sobre las y los candidatos y los temas de debate (Hutchings y Jefferson, 2018). Por último, el partidismo es una herramienta útil para la predicción electoral: aquellos partidos con una mayor identificación entre el electorado parten, por lo general, con una ventaja significativa frente a sus rivales (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

La evidencia empírica sobre el caso mexicano confirma un patrón observado tanto en democracias consolidadas como emergentes (Gunther et al., 2016a; Nadeau et al., 2017): existe una alta probabilidad de que la o el elector vote por los candidatos del partido con el cual se identifica, fenómeno conceptualizado como *voto normal* (Klesner, 2004; Somuano Ventura y Ortega Ortiz, 2003; Flores-Macías, 2009; Moreno, 2003, 2009; Somuano Ventura, 2014; Aguilar, 2019; Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024). De igual forma, se observa una correlación positiva entre la intensidad del partidismo y la fidelidad del voto: a mayor fortaleza en la identificación, mayor es la probabilidad de apoyar al partido afín (Moreno, 2003; Aguilar, 2019). Esta identidad partidista robusta también funge como un anclaje de estabilidad, ya que reduce la volatilidad de las preferencias, tanto respecto a elecciones previas (Klesner, 2004) como durante las campañas (Flores-Macías, 2009). Finalmente, el partidismo incentiva el voto unificado (o lineal) y disminuye la propensión al voto dividido (*split-ticket voting*), es decir, la elección de candidatos(as) de distintos partidos en una misma boleta (Meixueiro, 2014).<sup>8</sup>

8. En contraste con las y los electores partidistas, el comportamiento de los independientes se caracteriza por una mayor volatilidad e imprevisibilidad. Al carecer de lealtades preestablecidas, sus preferencias son muy sensibles a factores de corto plazo o coyunturales, tales como la dinámica de las campañas, la evaluación de la imagen de las y los candidatos, y los temas de la agenda pública (*issues*) (Flores-Macías, 2009; Maldonado Hernández, 2013; Greene, 2015).



Si bien la identidad partidista ha sido a lo largo de la historia el determinante más robusto del comportamiento electoral en México, la literatura reciente evidencia un notable proceso de desalineamiento. Estudios como los de Moreno (2018a), Aguilar (2019) y Díaz Jiménez et al. (2024) documentan tanto una disminución en la base de ciudadanos identificados con los partidos, como una erosión en la capacidad predictiva de esta variable para las elecciones de 2012 y 2018. Aunque durante gran parte de la etapa multipartidista las y los ciudadanos con identidad partidaria conformaron la mayoría, a partir de 2015 se produjo un punto de inflexión: la proporción de votantes independientes (apartidistas) superó a los partidistas. De hecho, el porcentaje de identificación cayó del 77% en 1997 a cerca del 50% en 2018 (Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019; véase también Moreno, 2018a). En paralelo, el poder explicativo del partidismo se ha debilitado: mientras que en el año 2000 explicaba entre el 34% y 38% de la varianza del voto, esta cifra descendió a un rango de 31%–34% en 2006, y cayó aún más (23%–25%) en 2012 (Moreno, 2018a). En esta misma línea, Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez (2024) reportan un declive continuo, ya que pasó de explicar el 26% de las preferencias en 2012 a solo el 20% en 2018.<sup>9</sup>

Sin embargo, nuestros modelos explicativos de las preferencias electorales en 2024 muestran que el partidismo fue una de las variables causales más influyentes, y podría estar recuperando su poder explicativo del voto, quizá debido a un posible realineamiento partidista del electorado hacia Morena (Buendía & Márquez, 2024; *El Financiero*, 2024; Enkoll, 2024). Las medidas de ajuste del modelo explicativo del voto por Sheinbaum también indican que la identificación partidista explicó alrededor del 57% de la variación en las decisiones de voto, y 60% de las preferencias por Xóchitl Gálvez. Como se esperaría, las y los electores que se identifican con el partido guinda fueron más probables de votar por su candidata presidencial. Por el contrario, aquellos que dijeron identificarse con el PAN y el PRI tuvieron menor probabilidad de votar por ella (tabla 8.3, p.176 de este capítulo). Asimismo, respecto al modelo explicativo del voto por Xóchitl Gálvez, los priistas, panistas y perredistas fueron más probables de votar por esta candidata, mientras que los morenistas fueron menos propensos a hacerlo (tabla 8.4, p.177 de este capítulo) (véase también tabla 5 en el estudio introductorio de este libro, p.14).

Como se discutió en la introducción del libro, la elección de 2024 ocurrió en un contexto de creciente debilidad de la oposición debido a una erosión significativa de las bases de apoyo de los partidos tradicionales. Las bases priista y panista continúan en declive y son ahora mucho más pequeñas que la morenista. Además, ambos partidos son demasiado rechazados entre el electorado en general y por el electorado apartidista en particular. Por el contrario, durante la administración de AMLO se ha generado una considerable ampliación de la base de apoyo morenista (Moreno, 2024). Como se ha argumentado a lo largo del capítulo, a diferencia de los partidos tradicionales, Morena es un partido *catch-all*, con una amplia base de apoyo (incluso mayor que la de 2018), pero con gran capacidad para seguir alcanzando a los electores apartidistas más allá de su amplia base. En este sentido, es importante mencionar que el triunfo de AMLO en 2018 fue posible, sobre todo, gracias al apoyo de los votantes apartidistas (Moreno, 2018a; Díaz Jiménez y León Ganatios, 2019) (véase también tabla 4 en el estudio introductorio de este libro, p.14). Por su parte, Sheinbaum también tuvo un apoyo

9. De manera similar, Aguilar (2019) documenta un declive en los modelos de voto del lopezobradorismo. La capacidad para explicar las preferencias a partir de variables tradicionales —tanto estructurales como actitudinales— se redujo de manera drástica en el periodo observado: la varianza explicada pasó de un 47% en 2006 y 44% en 2012, a solo un 28% en la elección de 2018.

mayoritario entre este segmento tan grande y relevante del electorado, pero el crecimiento de la base morenista hizo su triunfo sobre la oposición más abrumador y menos dependiente del partidismo (Moreno, 2024).

## PARTIDISMO NEGATIVO

El declive del partidismo como anclaje del voto ha suscitado un intenso debate sobre sus repercusiones en los sistemas de partidos contemporáneos (Dalton, 2020). Entre las principales consecuencias del desalineamiento destacan la reducción en la movilización electoral, el aumento de la volatilidad y, de manera crucial, la emergencia de sentimientos anti-partidistas (Dalton y Wattenberg, 2000). No obstante, este fenómeno posee una dualidad compleja: como señalan Torcal, Montero y Gunther (2003), el anti-partidismo no es por fuerza pasivo o destructivo, sino que a menudo implica “una evaluación negativa y, con ello, la expresión de críticas contra las actuaciones negativas de los partidos [...] y podría tener el resultado positivo de movilizar a los ciudadanos en demanda de cambios políticos sustantivos” (p.18).

Como advierten Díaz et al. (2024), de manera típica la identificación partidista se ha entendido como un generador de sesgos: evaluaciones benevolentes hacia el propio partido y hostiles hacia los rivales (Anduiza y Bosch, 2004). Aunque esta visión, anclada en la identidad social, enfatiza la distinción entre “nosotros” y “ellos” (Huddy et al., 2015), el partidismo negativo posee una autonomía propia. No debe interpretarse solo como un subproducto de la lealtad partidaria. De acuerdo con Samuels y Zucco (2018), tratar ambos sentimientos como extremos opuestos de un mismo continuo impide observar a aquellos ciudadanos cuya conducta política está motivada en exclusiva por el rechazo, en ausencia de una identidad positiva hacia algún partido.<sup>10</sup>

En este aspecto, el partidismo negativo se ha definido de manera más consistente como un tipo de identidad social, es decir, una manera de hallarse en una posición en donde un individuo no forma parte de un grupo (Bankert, 2022), y no solo como un tipo de afecto negativo hacia un partido (Abramowitz y Webster, 2018) o un voto de carácter negativo (Caruana et al., 2015). En relación con ello, Zhong et al. (2008, p.794) describen a este tipo de identidad como negacional, en el sentido que esta categoría “se refiere al proceso por el cual la identidad de un individuo es definida por grupos externos”. En este escenario, la identidad de una persona se caracteriza mediante una afirmación del “yo no soy”, en lugar de la categoría “yo soy uno de ellos”, por lo que refuerza que las identidades no solo se forman en función de las características comunes con los miembros de un grupo, sino también lo hacen en oposición a los grupos a los que no pertenecemos (Bankert, 2021, p.304). Lo anterior, desemboca en que una persona podría tener al mismo momento un tipo de identidad negativa y positiva, una sola de ellas, o ninguna (Bankert, 2022).

La literatura reciente sobre el comportamiento electoral enfatiza la necesidad de incorporar una perspectiva dual, que considere los efectos tanto de las actitudes afectivas positivas como de las negativas hacia los partidos (Mayer, 2017; Samuels y Zucco, 2018; Meléndez, 2022). Respecto de estas últimas, la evidencia en América Latina sugiere que el partidismo negativo ha sido un factor determinante en la reconfiguración de los sistemas de partidos.

10. Esta suposición resulta problemática si tomamos en cuenta que hay estudios que han encontrado que las personas pueden desarrollar sentimientos negativos en contra de un partido político, sin que sea necesario desarrollar un partidismo positivo por otro (Samuels y Zucco, 2018).

El caso brasileño resulta paradigmático: el declive de la identificación con el PT (*petismo*), aunado al exacerbamiento del rechazo hacia esta fuerza política (*anti-petismo*) —en especial entre el creciente segmento de votantes independientes—, no solo erosionó el desempeño electoral del PT, sino que allanó el camino para la emergencia del bolsonarismo (Samuels y Zucco, 2018; Meléndez, 2022).

Es importante destacar que la investigación sobre los efectos de la polarización afectiva y el partidismo negativo en el comportamiento electoral mexicano es aún incipiente. Esta laguna teórica contrasta con la evidencia empírica: al igual que ocurre en Estados Unidos (Abramowitz y Webster, 2018), en México se documenta un aumento sostenido de este fenómeno. De hecho, estudios recientes confirman que los niveles de partidismo negativo —definido como la aversión de los votantes hacia las opciones políticas rivales— se han elevado de manera significativa desde la transición (Aparicio y Castro Cornejo, 2020; Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

El análisis del voto en la elección intermedia de 2021, realizado por Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez (2024), muestra que, además de otras variables de corto y largo plazo, los sentimientos anti-partidos influyeron en buena medida en las preferencias de voto, en especial entre el segmento del electorado independiente.<sup>11</sup> El estudio expone que, junto a otras variables, tales como la aprobación de la gestión presidencial, la recepción de programas del bienestar y la confianza en la autoridad electoral (Instituto Nacional Electoral [INE]), los sentimientos anti-partidos entre el electorado independiente también influyeron mucho en las decisiones de voto en esa elección. Una buena parte del voto morenista provino de electores independientes anti-priistas y anti-panistas, quienes fueron también menos probables de votar por los candidatos de la alianza de partidos tradicionales.<sup>12</sup>

En este estudio, utilizamos la encuesta preelectoral de GEA-ISA que midió de manera consistente esta variable, con el objetivo de ahondar en el impacto que tuvo el partidismo negativo sobre el voto de los mexicanos en 2024. Al respecto, sí bien no se encontraron hallazgos significativos de esta variable sobre el comportamiento electoral de manera directa, esto no quiere decir que no tuviera un impacto relevante en las preferencias electorales; más bien, tal como se verá más adelante, el partidismo negativo parece haber tenido un impacto indirecto sobre las preferencias de voto, en particular a través de su influencia en la imagen que desarrollaron las dos principales candidatas entre el electorado.

11. Con base en estudios comparativos previos (Mayer, 2017; Samuels y Zucco, 2018) y sobre el caso mexicano (Díaz Jiménez, Posadas Cabrera y Téllez Domínguez, 2023; Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024), operacionalizamos el concepto de partidismo negativo a partir de variables *dummy* que combinan componentes conductuales (con base en la pregunta: “¿Por cuál partido usted nunca votaría?”) y actitudinales de los electores (a partir de la pregunta: “A continuación, le voy a leer los partidos políticos que existen en México. Para cada uno de ellos dígame si tiene una muy buena, buena, mala o muy mala opinión...”). Se considera que una persona tiene partidismo negativo si afirma que nunca votaría por un determinado partido (= 1) y además tiene una mala o muy mala opinión de este (= 1).

12. De acuerdo con Díaz Jiménez et al. (2024), el rechazo hacia los partidos tradicionales ejerció un impacto decisivo entre los electores independientes (apartidistas). Por un lado, funcionó como un predictor relevante del apoyo a la coalición morenista; por otro, disminuyó de forma significativa la probabilidad de voto no solo para los candidatos del PRI y del PAN, sino también para los perredistas abanderados por la coalición opositora. En consecuencia, la alta prevalencia de anti-priismo en el electorado (cerca al 40%) pudo haber sido un factor determinante que socavó la efectividad de las alianzas electorales construidas para competir contra Morena. En resumen, los autores concluyen que “el partidismo negativo o anti-partidismo (particularmente el anti-priismo) se erigió también como un factor explicativo relevante en el estudio del comportamiento electoral en México, de manera similar a como lo fue en otras democracias latinoamericanas (por ejemplo, el caso del anti-petismo Brasil). Los electores mexicanos independientes que sienten aversión hacia un partido político en particular no solo son significativamente menos probables de votar por los candidatos de ese partido, sino que también pueden ser más probables de votar por los candidatos de partidos rivales” (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024, p.193).

## FACTORES DE CORTO PLAZO

### Contexto electoral y voto temático

Aunado a los determinantes de largo plazo, los factores de corto plazo —aquellos circunscritos al contexto de las campañas— constituyen variables explicativas fundamentales (Anduiza y Bosch, 2004). Al retomar el esquema clásico de *The american voter* (Campbell et al., 1960), las decisiones electorales se articulan en torno a tres actitudes: 1) la identificación partidista; 2) las opiniones sobre temas de la agenda pública (*issues*); y 3) la evaluación de las y los candidatos. Mientras que el partidismo es una lealtad de largo plazo, las dos últimas son variables coyunturales que se configuran durante el proceso electoral.

Cuando el elector decide en función de su afinidad con las posturas políticas o los atributos personales de los contendientes, hablamos de un voto temático o por atributos (*issue / attribute voting*). En específico, el modelo del voto temático presupone tres condiciones mínimas: el elector debe estar interesado en el tema, tener una opinión formada al respecto, y conocer la posición de los partidos o candidatos en disputa (Anduiza y Bosch, 2004; Dalton, 2020). En caso de cumplirse con tales precondiciones, los electores terminarían votando por aquel partido político o candidato que mantenga una posición similar a la suya, según el asunto del que se trate. Diversos autores sostienen que el modelo del voto temático se ha transformado con el tiempo y se ha vuelto más verosímil, toda vez que existe una mayor movilización cognitiva entre las nuevas generaciones de votantes que incrementa la posibilidad de cumplimiento de tales precondiciones. Asimismo, como señalan Anduiza y Bosch (2004), pese a que el interés del electorado general en los asuntos públicos tiende a ser limitado, habría ciertos grupos dentro de este con una inclinación muy profunda en un número reducido de temas (*públicos atentos*).<sup>13</sup>

Con el fin de ahondar en el modelo del voto temático, Dalton (2020) propone un marco analítico que distingue tres categorías fundamentales: 1) temas de posición (*position issues*), donde hay conflicto sobre los fines; 2) temas de desempeño (*performance issues*), a menudo asociados a los temas de valencia (*valence issues*), en donde el consenso sobre los fines centra el debate en la competencia para lograrlos; y 3) temas de atributos (*attribute issues*).

Asimismo, el autor incorpora una dimensión temporal, al clasificar el razonamiento del o la votante en retrospectivo (evaluación del desempeño pasado) o prospectivo (expectativas sobre el desempeño futuro). Es crucial notar que esta lógica temporal no se limita a los temas de política pública, sino que también permea el voto por atributos (*attribute voting*). Por ejemplo, un elector puede evaluar la honestidad de un candidato (atributo) como un indicador de credibilidad para juzgar si cumplirá sus promesas de campaña en el futuro (juicio prospectivo).

13. Según los autores, este mecanismo de decisión se materializa en las y los electores que focalizan su atención en áreas de política determinadas (seguridad, corrupción, economía, etc.). Al constituirse como públicos temáticos o especializados, estos ciudadanos pueden ejercer un voto sofisticado en sus áreas de interés, aun si carecen de información o motivación sobre otros temas de la agenda.

**TABLA 8.2 TIPOS DE VOTO TEMÁTICO**

| Marco temporal | Tipo de tema                     |                          |                    |
|----------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------|
|                | Posición                         | Desempeño                | Atributos          |
| Retrospectivo  | Evaluación de políticas públicas | Evaluación del desempeño | Voto por atributos |
| Prospectivo    | Mandato de políticas públicas    | Juicio anticipado        |                    |

Fuente: Dalton (2020, p.208).

## IMAGEN DE LOS CANDIDATOS, TEMÁTICO Y POR ATRIBUTOS EN MÉXICO

La evidencia empírica sobre las elecciones mexicanas de 2000 y 2006 demuestra que las opiniones sobre las y los candidatos tuvieron un impacto central en el voto, incluso tras controlar por variables estructurales y actitudinales. De hecho, junto con la identificación partidista, la imagen de los candidatos se erigió como la variable explicativa dominante en los modelos de decisión de voto para ambas elecciones (Moreno, 2009).<sup>14</sup> En fecha más reciente, el estudio de Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez (2024) muestra diferencias relevantes en cuanto a los determinantes del voto entre las contiendas presidenciales de 2012 y 2018. De acuerdo con su análisis, en la elección de 2012:

[...] los termómetros de opinión de los principales candidatos presidenciales, tanto las de López Obrador como las de Enrique Peña Nieto, tuvieron efectos significativos en las preferencias electorales. Por ejemplo, la imagen positiva de AMLO entre los electores los hizo significativamente más proclives de votar por él. Por el contrario, la buena imagen de EPN hizo menos probable el apoyo electoral al tabasqueño (p.178).

Por el contrario, ni la valoración de temas de desempeño (*valence issues* como economía, seguridad o corrupción) ni los temas de posición (privatización, aborto) arrojaron efectos estadísticos significativos en el voto. Ellos advierten que, aunque las imágenes de las y los candidatos tuvieron cierta incidencia, el comportamiento electoral y la elección estuvieron más determinados por variables de largo plazo estructurales (religión, religiosidad, nivel socioeconómico) y actitudinales (orientaciones ideológicas e identificación partidista), y fueron estas últimas las que tuvieron el papel preponderante (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

En tanto las variables de largo plazo —sociodemográficas, ideología y partidismo— explicaron el 63% de la varianza en la decisión de voto, los factores de corto plazo (temas e imagen de las y los candidatos) apenas aportaron, en conjunto, alrededor del 5%. Asimismo, con base en modelos de regresión logística, los autores concluyen que la elección de 2012 refleja la estabilidad del sistema de partidos tradicional. En este contexto, PRI, PAN y PRD conservaban bases de apoyo social y lealtades partidistas con suficiente robustez como para restringir el margen de influencia de los factores coyunturales.

14. Si bien en la elección de 2006 otros factores de corto plazo —tales como la aprobación del presidente y el voto económico retrospectivo— jugaron un papel significativo, su capacidad explicativa resultó inferior a la de las opiniones sobre los candidatos (Moreno, 2009b).

Por el contrario, la elección de 2018 marcó un viraje significativo: los factores de corto plazo —tanto la evaluación de los candidatos como los temas de desempeño y posición— adquirieron una relevancia central, lo que explica el 28% de la varianza en las preferencias. A diferencia de 2012, variables como la aprobación presidencial y temas específicos sí tuvieron un impacto significativo en las estadísticas. En concreto, los electores que desaprobaban la gestión de Enrique Peña Nieto, así como aquellos insatisfechos con la economía y el combate a la corrupción, mostraron una mayor propensión a votar por AMLO. De igual forma, temas de posición que en el pasado resultaron irrelevantes, como el rechazo a la privatización de empresas públicas, se activaron en esta elección, lo que favoreció al candidato de Morena. No obstante, fueron las opiniones sobre los candidatos la principal variable responsable de este incremento observado en la importancia de los factores de corto plazo (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

Si bien las variables de largo plazo (ideología de izquierda e identificación con Morena) se mantuvieron como predictores significativos, su potencia explicativa conjunta descendió del 47% en 2012 al 39% en 2018. Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez (2024) concluyen que este fenómeno es producto del desalineamiento partidista, el cual abrió un espacio inédito para el voto temático y por atributos. Sostienen, además, que la evaluación de las y los candidatos fue el motor principal detrás del notable incremento en el peso de los factores coyunturales.

De manera similar, los resultados de nuestros modelos explicativos de las preferencias electorales en 2024 también indican que variables de mediano y corto plazo, como las opiniones sobre las candidatas y el desempeño gubernamental, se constituyeron como predictores significativos del voto. En ambos modelos, los coeficientes Wald indican que, junto a la identificación partidista, estas variables fueron las que tuvieron el impacto más fuerte en el comportamiento electoral (tablas 8.3 y 8.4). Como se esperaría, los electores con buena opinión de Sheinbaum fueron mucho más propensos a votar por la candidata de la 4T, así como menos probables de apoyar a la candidata de los partidos tradicionales (tabla 8.3). De modo similar, la opinión positiva de Xóchitl aumentó la probabilidad de voto por la panista, e hizo menos probable el voto por la morenista (tabla 8.4).

En lo que toca al voto temático, en concreto con las variables relacionadas con las opiniones ciudadanas sobre el desempeño gubernamental, cabe señalar que la aprobación presidencial y las evaluaciones retrospectivas favorables de la economía entre el electorado se asociaron con la preferencia electoral por la candidata morenista (tabla 8.3).<sup>15</sup> Al igual que otros análisis del comportamiento electoral (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024; Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024; Moreno, 2024), nuestro estudio sugiere que la aprobación presidencial fue también una variable clave para entender el extraordinario desempeño electoral de Morena. Dicho hallazgo no sorprende, puesto que en la elección intermedia de 2021, los altos niveles de identificación con Morena y aprobación de la administración de AMLO fueron los dos predictores más fuertes del voto por los candidatos al Congreso postulados por la alianza liderada por el partido guinda (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

15. En conjunto, los factores de mediano y corto plazo explicaron alrededor del 9% de la variación en las preferencias electorales por la candidata de Morena, y 8% del voto de la candidata de la oposición.

**TABLA 8.3 MODELO EXPLICATIVO DEL VOTO POR CLAUDIA SHEINBAUM**

|                                    | B     | Error estándar | Wald | Sig. |
|------------------------------------|-------|----------------|------|------|
| Sexo (1=Mujer)                     | 0.17  | 0.18           | 0.9  |      |
| Edad                               | 0.01  | 0.01           | 2.1  |      |
| Escolaridad                        | -0.05 | 0.11           | 0.2  |      |
| Ingreso                            | -0.24 | 0.12           | 3.9  | *    |
| Religión (católico)                | 0.35  | 0.21           | 2.9  |      |
| Religiosidad                       | -0.30 | 0.15           | 4.2  | *    |
| Norte                              | 0.32  | 0.25           | 1.6  |      |
| Centro occidente                   | 0.06  | 0.25           | 0.1  |      |
| Sur                                | 0.35  | 0.24           | 2.2  |      |
| Ideología (derecha)                | -0.07 | 0.10           | 0.5  |      |
| Panista                            | -1.80 | 0.39           | 21.5 | ***  |
| Priista                            | -1.45 | 0.40           | 13.0 | ***  |
| Perredista                         | -0.41 | 0.47           | 0.8  |      |
| Morenista                          | 2.18  | 0.29           | 56.0 | ***  |
| Otros                              | -0.13 | 0.30           | 0.2  |      |
| Beneficiario de programas sociales | 0.05  | 0.18           | 0.1  |      |
| Aprobación presidencial            | 0.85  | 0.25           | 12.1 | **   |
| Economía retrospectiva             | 0.23  | 0.12           | 3.7  | *    |
| Seguridad                          | -0.11 | 0.19           | 0.3  |      |
| Corrupción                         | 0.08  | 0.29           | 0.1  |      |
| Apoyo a la democracia              | -0.11 | 0.12           | 0.8  |      |
| Satisfacción con la democracia     | 0.23  | 0.20           | 1.3  |      |
| Opinión Claudia Sheinbaum          | 1.08  | 0.13           | 67.2 | ***  |
| Opinión Xóchitl Gálvez             | -0.40 | 0.11           | 12.9 | ***  |
| Constante                          | -2.09 | 0.76           | 7.61 | **   |
| N                                  | 1577  |                |      |      |
| Pseudo R cuadrada de Nagelkerke    | 0.77  |                |      |      |

Fuente: encuesta de salida GEA-ISA. Cálculos de los autores.

Nota: niveles de significancia estadística: \*\*\* p<0.001; \*\* p<0.01; \* p<0.05; + p<0.1. Logaritmo de la verosimilitud -2 del Modelo: 889.227. Porcentaje de predicción correcta: 92.5.

Es importante señalar que, a diferencia de otras investigaciones (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024), nuestro análisis no encontró evidencia de un efecto estadístico significativo en el voto por Morena derivado de otras variables causales en teoría relevantes, tales como la recepción de programas sociales o las actitudes de apoyo a la democracia entre la población. En el caso de la recepción de programas y apoyos sociales del gobierno federal, cabe señalar que estudios previos sobre los determinantes del comportamiento electoral en la intermedia de 2021 encontraron que los beneficiarios de estos programas fueron más proclives a apoyar a los candidatos del oficialismo (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024). Sin embargo, dicha variable no resultó ser un predictor estadístico significativo de la preferencia por Sheinbaum en 2024. Así también, variables actitudinales como el apoyo a la democracia, o la satisfacción con la misma entre el electorado, tampoco resultaron asociarse mucho en sentido negativo o positivo con la preferencia de voto por la candidata morenista. Sin embargo, cabe señalar que la satisfacción con la democracia entre las y los electores sí hizo menos probable el voto por la candidata de oposición.

**TABLA 8.4 MODELO EXPLICATIVO DEL VOTO POR XÓCHITL GÁLVEZ**

|                                    | B     | S.E. | Wald | Sig. |
|------------------------------------|-------|------|------|------|
| Sexo (1=Mujer)                     | -0.10 | 0.21 | 0.2  |      |
| Edad                               | -0.01 | 0.01 | 1.2  |      |
| Escolaridad                        | -0.23 | 0.13 | 3.1  |      |
| Ingreso                            | 0.22  | 0.14 | 2.4  |      |
| Religión (católico)                | -0.62 | 0.25 | 6.3  | *    |
| Religiosidad                       | 0.10  | 0.17 | 0.3  |      |
| Norte                              | 0.11  | 0.29 | 0.1  |      |
| Centro occidente                   | 0.09  | 0.28 | 0.1  |      |
| Sur                                | -0.60 | 0.31 | 3.8  | *    |
| Ideología (derecha)                | 0.16  | 0.12 | 1.6  |      |
| Panista                            | 2.89  | 0.38 | 57.2 | ***  |
| Priista                            | 2.74  | 0.39 | 48.4 | ***  |
| Perredista                         | 2.11  | 0.49 | 18.6 | ***  |
| Morenista                          | -1.36 | 0.40 | 11.8 | **   |
| Otros                              | -0.40 | 0.38 | 1.1  |      |
| Beneficiario de programas sociales | -0.02 | 0.21 | 0.0  |      |
| Aprobación presidencial            | -0.28 | 0.26 | 1.2  |      |
| Economía retrospectiva             | 0.15  | 0.14 | 1.1  |      |
| Seguridad                          | -0.08 | 0.23 | 0.1  |      |
| Corrupción                         | -0.13 | 0.33 | 0.2  |      |
| Apoyo a la democracia              | 0.05  | 0.14 | 0.1  |      |
| Satisfacción con la democracia     | -0.61 | 0.24 | 6.7  | *    |
| Opinión Claudia Sheinbaum          | -0.44 | 0.14 | 10.1 | **   |
| Opinión Xóchitl Gálvez             | 0.98  | 0.12 | 61.7 | ***  |
| Constante                          | -0.89 | 0.90 | 0.99 |      |
| N                                  | 1577  |      |      |      |
| Pseudo R cuadrada de Nagelkerke    | 0.74  |      |      |      |

Fuente: encuesta de salida GEA-ISA. Cálculos de los autores.

Nota: niveles de significancia estadística: \*\*\* p<0.001; \*\* p<0.01; \* p<0.05; + p<0.1. Logaritmo de la verosimilitud -2 del Modelo: 669.434. Porcentaje de predicción correcta: 89.1.

## DETERMINANTES DE LA OPINIÓN DE CLAUDIA SHEINBAUM Y XÓCHITL GÁLVEZ

Si se considera el impacto tan relevante que las opiniones del electorado sobre las principales candidatas tuvieron en las preferencias electorales, se llevó a cabo un ejercicio adicional de análisis que tomó como variable dependiente las opiniones de la ciudadanía hacia Sheinbaum y Gálvez, a través de un modelo de regresión lineal múltiple con base en la última encuesta preelectoral de GEA-ISA realizada en la recta final de las campañas. Como era predecible, se encontró que la identificación de los electores con Morena se asoció con la buena imagen de Sheinbaum. No obstante, fue interesante que entre los priistas y perredistas también aumentó la probabilidad de tener una buena opinión de ella,<sup>16</sup> así como entre quienes se

16. Un hallazgo interesante porque, al parecer, con excepción de los panistas, la imagen de la morenista no generó tanto rechazo como se esperaría entre las bases de la oposición, lo cual constituye un dato positivo para su campaña.



declararon como independientes anti-priistas. Este último hallazgo no resulta raro dado que, en la elección intermedia de 2021, el anti-priismo entre el electorado independiente se asoció de manera favorable con la preferencia electoral por los candidatos legislativos de Morena (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024).

De igual forma, factores como la aprobación de la gestión del presidente AMLO, así como la preocupación de los electores por temas de desempeño como la seguridad y la corrupción, también estuvieron asociados con una buena opinión hacia esta candidata, lo cual sugiere con fuerza que las evaluaciones del desempeño gubernamental respecto a diversos temas de valencia fueron un factor clave para explicar la buena imagen y el triunfo abrumador de la morenista. Asimismo, las opiniones favorables de Sheinbaum también fueron más frecuentes entre las personas que consumieron noticias a través de Instagram. Cabe señalar que, como candidata incumbente, Sheinbaum focalizó sus mensajes a través de las plataformas del grupo Meta en la continuidad del proyecto de la cuarta transformación (4T), destacando además diversos atributos personales como su rol como mujer y científica, su trayectoria y sus experiencias políticas, así como los logros de su administración como jefa de gobierno de la capital del país (véase capítulo de López-Portillo Vázquez y De Quevedo Sánchez en este volumen). Dicha estrategia parece haber rendido frutos, dado que la imagen de la morenista se favoreció del uso frecuente de esta red como canal de información política entre el electorado. En contraste, las personas que estuvieron expuestas con asiduidad a contenidos políticos en Tik Tok, así como las que se declararon independientes anti-morenistas, fueron más propensas a tener una imagen negativa de ella.

Por su parte, entre las variables asociadas a tener una buena opinión de Xóchitl Gálvez se hallaron: tener un mayor ingreso, ser panistas, priistas o perredistas, así como haber seguido asuntos públicos mediante la plataforma X (antes Twitter). Por el contrario, ser católico, morenista, así como independiente anti-panista y anti-perredista, se asoció con una mala opinión de esta candidata. Esta asociación negativa se mantuvo también entre aquellos que evaluaron bien la economía, además de quienes son beneficiarios de programas sociales y siguieron noticias en Facebook, pese a que la campaña de la panista en esta red fue la de mayor gasto y alcance respecto a sus rivales. También es interesante que, pese a que su campaña en dicha red generó una mayor cantidad de anuncios enfocados en temas como la mejora de la educación y la seguridad pública, así como en atacar con fuerza al gobierno de la 4T (véase capítulo de López-Portillo Vázquez y De Quevedo Sánchez más adelante en este volumen), la priorización del tema de seguridad entre los votantes (un tema en general no tan bien evaluado en la gestión de la administración saliente) no se asociara con una imagen favorable de la panista, sino con la buena opinión de su rival morenista (véase también el capítulo de González Tule acerca de las posibles causas de la falta de efectividad de la campaña negativa de Xóchitl Gálvez contra Sheinbaum).

Tal como se ha observado en estos hallazgos, el partidismo negativo tuvo especial importancia en tener una buena o mala opinión de las principales candidatas a la presidencia. De manera concreta, esta variable pudo limitar el crecimiento en las preferencias electorales en torno a Xóchitl Gálvez, quien no habría logrado —pese a su intensa campaña en anuncios, medios y redes sociales— revertir la mala imagen de los partidos que la postularon; aspecto que refuerza la necesidad de mantener la atención en esta variable para futuras investigaciones, ya que, si bien no se encontró un impacto significativo de este factor sobre el voto, el anti-partidismo sí aumentó la propensión a ver de modo negativo a los partidarios

**TABLA 8.5 MODELOS EXPLICATIVOS DE LA OPINIÓN DE CLAUDIA SHEINBAUM Y XÓCHITL GÁLVEZ**

|                                                      | Opinión Claudia Sheinbaum |      | Opinión Xóchitl Gálvez |      |
|------------------------------------------------------|---------------------------|------|------------------------|------|
|                                                      | Beta                      | Sig. | Beta                   | Sig. |
| Sexo (1=Mujer)                                       | .00                       |      | -.02                   |      |
| Edad                                                 | -.01                      |      | .05                    |      |
| Escolaridad                                          | .00                       |      | .02                    |      |
| Ingreso                                              | -.04                      |      | .07                    | *    |
| Religión (católico)                                  | -.06                      | *    | -.09                   | **   |
| Religiosidad                                         | .01                       |      | -.03                   |      |
| Norte                                                | -.02                      |      | -.04                   |      |
| Centro occidente                                     | -.05                      |      | .02                    |      |
| Sur                                                  | -.02                      |      | -.03                   |      |
| Ideología (derecha)                                  | -.04                      |      | .02                    |      |
| Panista                                              | .01                       |      | .34                    | ***  |
| Priista                                              | .14                       | **   | .23                    | ***  |
| Perredista                                           | .15                       | ***  | .10                    | *    |
| Morenista                                            | .64                       | ***  | -.20                   | *    |
| Otros                                                | .34                       | ***  | -.07                   |      |
| Independiente anti-panista                           | .01                       |      | -.10                   | *    |
| Independiente anti-priista                           | .18                       | ***  | .00                    |      |
| Independiente anti-perredista                        | -.02                      |      | -.10                   | **   |
| Independiente anti-morenista                         | -.12                      | **   | .07                    |      |
| Aprobación presidencial                              | .21                       | ***  | -.05                   |      |
| Economía retrospectiva                               | -.03                      |      | -.09                   | **   |
| Seguridad                                            | .06                       | *    | .00                    |      |
| Corrupción                                           | .06                       | *    | .02                    |      |
| Apoyo a la democracia                                | -.03                      |      | -.06                   | +    |
| Beneficiario de programas sociales                   | .04                       |      | -.07                   | *    |
| Consumo noticias en medios tradicionales             | .00                       |      | .04                    |      |
| Consumo de información política en Facebook          | .01                       |      | -.09                   | **   |
| Consumo de información política en Instagram         | .07                       | *    | .06                    |      |
| Consumo de información política en X (antes Twitter) | -.01                      |      | .14                    | ***  |
| Consumo de información política en TikTok            | -.12                      | **   | -.03                   |      |
| (Constante)                                          | -.38                      |      | .23                    |      |
| R cuadrada ajustada                                  | 0.48                      |      | 0.42                   |      |

Fuente: encuesta preelectoral GEA-ISA. Cálculos de los autores.

Nota: los datos en la tabla son coeficientes estandarizados de modelos de regresión lineal múltiple. Niveles de significancia estadística: \*\*\*  $p < 0.001$ ; \*\*  $p < 0.01$ ; \*  $p < 0.05$ ; +  $p < 0.1$ . El tamaño de la muestra cambia para cada análisis en particular, según el número de casos perdidos en las variables utilizadas.

opuestos y positivo a los copartidarios entre el electorado, lo que contribuyó a un fenómeno de polarización afectiva (para una revisión *in extenso* de este planteamiento teórico, véase Iyengar y Westwood, 2015).

## CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, se han descrito las principales tendencias en el comportamiento electoral mexicano en la elección presidencial de 2024 respecto a las contiendas de 2012 y 2018, así como a la elección intermedia de 2021, las cuales se resumen a continuación.

### **Limitado peso de variables sociodemográficas / socioeconómicas**

Los resultados de los análisis sugieren que, al igual que en elecciones presidenciales previas, las variables de largo plazo socioeconómicas y sociodemográficas mostraron una limitada capacidad explicativa. No obstante, es plausible que estos factores cobren mayor relevancia en el futuro, en especial si fuerzas emergentes como Morena o Movimiento Ciudadano (MC) logran institucionalizar vínculos duraderos con segmentos del electorado que antes se alineaban con los partidos tradicionales. De hecho, la evidencia empírica revela una convergencia notable: la base de apoyo electoral de Morena se asemeja de forma creciente a la base histórica del PRI, en donde los votantes de menor nivel socioeconómico y escolaridad muestran una propensión significativa a apoyar las candidaturas del lopezobradorismo. En este sentido, es importante advertir que el impacto de estas variables es muy probable que sea el resultado de las acciones de gobierno, que han generado un realineamiento de determinados segmentos del electorado hacia Morena, más que el resultado de grandes cambios en las estructuras sociodemográficas o socioeconómicas del país.

### **Declive del peso explicativo de las orientaciones ideológicas (izquierda-derecha)**

Como otros estudios previos (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024), nuestros análisis corroboran un declive en el peso explicativo de la orientación ideológica, variable que había sido muy relevante en las dos elecciones presidenciales anteriores. Esto sugiere que Morena ha ampliado su base y se constituyó como un partido atrapado (*catch-all party*) en 2024, capaz de mantener un apoyo mayoritario entre los electores de izquierda que lograra AMLO en elecciones previas, así como de generar considerable apoyo entre los votantes de centro-derecha.

### **Creciente peso del partidismo frente a las variables de mediano y corto plazo**

Al igual que en la elección de 2018, variables de mediano y corto plazo que influyen sobre el voto, como los niveles de aprobación presidencial, las evaluaciones de la economía y, sobre todo, las opiniones de las y los votantes acerca de las candidatas, se constituyeron como predictores significativos del apoyo electoral recibido por la candidata de Morena. No obstante la relevancia de estos factores, es importante señalar que variables de largo plazo, como el partidismo de los electores (en específico la identificación con Morena y su crecimiento entre el electorado), fueron también muy relevantes en la explicación del comportamiento electoral mexicano en la contienda. Fue debido al incremento y la estabilización de la base morenista que Claudia Sheinbaum contó con una considerable ventaja sobre sus competidores, y su victoria fue, por tanto, menos dependiente del apoyo de las y los votantes independientes que el triunfo de AMLO en 2018.

Al igual que otras variables relevantes como la aprobación presidencial, la identificación partidista no solo fue un fuerte predictor del voto, sino también de las opiniones sobre las candidatas durante la contienda. Como se esperaba en teoría, el panismo, priismo y perredismo se correlacionaron con las opiniones favorables hacia Gálvez. Por su parte, el morenismo se asoció con la opinión positiva de Sheinbaum. Resulta curioso que la identificación con el PRI y el PRD también fueron predictores de la opinión favorable sobre la candidata morenista.

Como se señaló en el estudio introductorio de esta obra, es importante advertir que, aunque el partidismo es una variable relevante, no sería posible explicar los cambios en su composición entre el electorado, en específico el crecimiento de la base morenista, sin tomar en cuenta factores de mediano plazo como las políticas y la popularidad del gobierno del expresidente AMLO entre un sector mayoritario de la población.

Asimismo, los análisis muestran que, al igual que la identificación partidista, el partidismo negativo también tuvo efectos significativos en las opiniones de los electores sobre las candidatas. Por ejemplo, al igual que la identificación con Morena, el anti-panismo y el anti-perredismo se asociaron con una opinión negativa de Xóchitl Gálvez, y el anti-morenismo se correlacionó con las opiniones desfavorables de Claudia Sheinbaum. Por su parte, el anti-priismo se asoció con la buena imagen de la candidata de Morena.

### Los factores de mediano y corto plazo...

En resumen, diversos factores favorecieron el triunfo abrumador de la actual presidenta sobre su rival, entre los que se destacan una amplia y creciente base morenista, mucho mayor a las cada vez más reducidas bases de panistas, priistas y perredistas entre la población.<sup>17</sup> Sin embargo, más allá de estas ventajas estructurales significativas, factores de mediano y corto plazo relacionados con el desempeño gubernamental, y la buena o mala imagen de las candidatas durante las campañas, también jugaron un papel relevante en las decisiones de las y los votantes y en la definición del resultado de la elección. Desde antes, y a lo largo de todo el proceso electoral, las series de tiempo de las principales casas encuestadoras del país reportaron niveles muy altos de aprobación presidencial (Márquez, 2024),<sup>18</sup> así como una evaluación en su mayoría favorable del estado de la economía y saldos de opinión muy positivos de la candidata morenista entre el electorado, los cuales contrastaron con fuerza con la mayoritaria mala opinión de la candidata de la oposición (Buendía & Márquez, 2024; *El Financiero*, 2024; De las Heras Demotecnia, 2024; Enkoll, 2024; Consulta Mitofski, 2024; Parametría, 2024; Ulises Beltrán & Asociados, 2024).<sup>19</sup> Por su parte, nuestros modelos muestran que, además del partidismo, variables relacionadas con el desempeño gubernamental (en específico la aprobación presidencial y la evaluación de la economía), así como las

17. Los niveles de identificación con Morena alcanzaron alrededor de un tercio del electorado en 2024, de acuerdo con las series de encuestas de *El Financiero* y Buendía & Márquez, lo que se constituyó como el segmento más numeroso del electorado (alrededor de un tercio del mismo), solo por debajo de los electores independientes (poco menos del 50% de la población) y de manera significativa por encima de las bases de los partidos de oposición (alrededor de una quinta parte del electorado, según las mismas mediciones).

18. Los niveles de aprobación presidencial según el *poll of polls* de Oraculus.mx se mantuvieron en niveles cercanos al 70% a lo largo del proceso electoral (Márquez, 2024).

19. Las evaluaciones favorables de la economía alcanzaron niveles de alrededor del 50% de la población, o un poco superiores, de acuerdo con varias encuestas electorales y de salida (Buendía & Márquez, 2024; Beltrán, 2024a; Parametría, 2024; GEA-ISA, 2024). Asimismo, las series de tiempo de diversas casas encuestadoras muestran que el balance de opinión de Claudia Sheinbaum mantuvo saldos muy positivos (entre +30 y +70%, según el estudio) a lo largo del proceso electoral (*El Financiero*, 2024; De las Heras Demotecnia, 2024; Enkoll, 2024; Consulta Mitofski, 2024; Buendía & Márquez, 2024; Beltrán, 2024b; Berumen y Asociados, 2024) (véase también Parametría, 2024); por el contrario, los balances de opinión de Xóchitl Gálvez se mantuvieron prácticamente neutros o un poco negativos según las mismas mediciones.

opiniones de la ciudadanía sobre las candidatas, resultaron ser fuertes predictores del voto por Sheinbaum. Por lo tanto, la victoria tan contundente de ella sería muy comprensible, e incluso predecible, mientras que un posible, pero muy poco probable triunfo de la candidata de oposición, sería muy difícil de explicar, debido a los bajos niveles de identificación con los partidos tradicionales, de desaprobación presidencial, así como a la opinión, en su mayoría negativa, de Xóchitl y los partidos tradicionales entre el electorado.

A diferencia de la elección de 2012, como ocurrió en la contienda de 2018, las opiniones de las y los votantes sobre el desempeño gubernamental en general (aprobación presidencial), así como sobre temas relevantes de valencia, como el estado de la economía, fueron muy relevantes para comprender el comportamiento electoral de los mexicanos. Las evaluaciones retrospectivas sobre temas de desempeño ciertamente fueron relevantes en ambas contiendas, pero de diferente manera. En 2018, AMLO aprovechó los bajos niveles de aprobación presidencial del presidente Peña Nieto (solo 25% de aprobación contra 60% de desaprobación) (Márquez, 2024), así como la insatisfacción de los votantes respecto al desempeño de su gobierno en el manejo de la economía y el combate a la corrupción (más del 60% de los votantes evaluaron de forma negativa el desempeño gubernamental en ambos rubros) (Beltrán, 2024), para generar amplio apoyo electoral a su proyecto político y ganar de manera contundente la elección (Díaz Jiménez, Alva Rivera y Téllez Domínguez, 2024). En 2024, por su parte, Sheinbaum tomó ventaja de los altos niveles de aprobación de la administración de AMLO (69% de aprobación contra 23% de desaprobación), y de las evaluaciones muy favorable del desempeño económico del gobierno de la 4T entre la población (56% de evaluaciones positivas contra solo 6% de opiniones negativas, de acuerdo con los datos de la encuesta de salida de GEA-ISA, 2024), para ampliar el apoyo al proyecto del lopezobradorismo entre la población y mantener así el control del gobierno (véase también Moreno, 2024; Beltrán, 2024; Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024).

En resumen, una buena parte del amplio apoyo electoral obtenido por Claudia Sheinbaum se debe a las evaluaciones retrospectivas en su mayoría favorables del desempeño del gobierno de su antecesor entre la población. Empero, el buen desempeño electoral de la candidata también se explica por factores relacionados con su imagen (principalmente favorable) entre el electorado y a su estrategia de campaña que buscó proyectarla como la candidata de la continuidad con las políticas del partido incumbente. La morenista logró capitalizar, como ningún otro candidato presidencial ganador en la era competitiva del sistema de partidos, los altos niveles de aprobación de la gestión de su antecesor (Castro Cornejo, Altamirano y Beltrán, 2024), en buena medida por su mensaje de continuidad con el proyecto lopezobradorista de la llamada 4T y los altos niveles de aprobación al mismo entre la población.

## REFERENCIAS

- Abramowitz, A.I., y Webster, S.W. (2018). Negative partisanship: Why americans dislike parties but behave like rabid partisans. *Political Psychology*, 39(1), 119–135.
- Aguilar, R. (2019). Las coaliciones electorales de López Obrador a través del tiempo: variaciones sociales y políticas. En A. Moreno, A. Uribe Coughlan, y S.C. Wals (Coords.), *El viraje electoral: opinión pública y voto en las elecciones de 2018 en México*. (pp. 57–74). CESOP.
- Anduiza, E., y Bosch, A. (2004). *Comportamiento político y electoral*. Ariel.

- Aparicio, F.J., y Castro Cornejo, R. (2020). Elecciones 2018. Una coyuntura histórica en México. *Política y Gobierno*, 27(2), 3–21.
- Baker, A. (2009). Regionalized voting behavior and political discussion in Mexico. En J.I. Domínguez, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*. (pp. 71–88). Johns Hopkins University Press.
- Bankert, A. (2021). Negative and positive partisanship in the 2016 U.S. presidential elections. *Political Behavior*, 43, 1467–1485. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09599-1>
- Bankert, A. (2022). The personality origins of positive and negative partisanship. *Politics and Governance*, 10(4), 299–310. <https://doi.org/10.17645/pag.v10i4.5719>
- Beltrán, U. (2024a, 1 de octubre). It's still the economy, st\*\*\*id. BGC. <https://www.bgc.com.mx/its-still-the-economy-stid/>
- Beltrán, U. (2024b, 13 de junio). ¿Qué le dio el triunfo a Claudia Sheinbaum? BGC. <https://www.bgc.com.mx/que-le-dio-el-triunfo-a-claudia-sheinbaum/>
- Berumen y Asociados. (2024). Estudios efectuados por Berumen y Asociados, durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/169679>
- Buendía & Márquez (2024a). Estudios efectuados por Buendía & Márquez durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/154321>
- Buendía & Márquez. (2024b). Encuesta nacional en vivienda, febrero 2024: Panorama electoral [Informe PDF]. [https://buendiaymarquez.org/wpcontent/uploads/2024/02/2402\\_ELECTORAL\\_.pdf](https://buendiaymarquez.org/wpcontent/uploads/2024/02/2402_ELECTORAL_.pdf)
- Camp, R.A. (2013). The 2012 presidential election and what it reveals about mexican voters. *Journal of Latin American Studies*, 45(3), 451–481.
- Campbell, R. (2017). Gender and voting. En K. Arzheimer, J. Evans, y M.S. Lewis–Beck (Eds.), *The SAGE handbook of electoral behavior*. (pp. 159–176). SAGE Publications.
- Campbell, A., Converse, P.E., Miller, W.E., y Stokes, D.E. (1960). *The american voter*. John Wiley.
- Caruana, N.J., McGregor, R.M., y Stephenson, L.B. (2015). The power of the dark side: Negative partisanship and political behavior in Canada. *Canadian Journal of Political Science*, 48(4), 771–789.
- Castro Cornejo, R., Altamirano, M., y Beltrán, U. (2024). Las claves de la victoria: ¿ideología, programas sociales o aprobación presidencial. *Nexos*, septiembre 25. <https://datos.nexos.com.mx/las-claves-de-la-victoria-ideologia-programas-sociales-o-aprobacion-presidencial/>
- Consulta Mitofsky. (2024). Estudios efectuados por Consulta Mitofsky durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/161775>
- Dalton, R.J. (2020). *Citizen politics in western democracies: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. SAGE Publications.
- Dalton, R.J., y Wattenberg, M.P. (2000). *Parties without partisans, political change in advanced industrial democracies*. Oxford University Press.
- Dassonneville, R. (2017). Age and voting. En K. Arzheimer, J. Evans, y M.S. Lewis–Beck (Eds.), *The SAGE handbook of electoral behavior*. (pp. 137–159). SAGE Publications.

- De las Heras Demotecnia. (2024). Estudios efectuados por De las Heras Demotecnia durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/153348>
- Díaz–Domínguez, A. (2014). Bases sociales del voto. En G. Meixueiro y A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. (pp. 41–63). CESOP; Cámara de Diputados.
- Díaz Jiménez, O.F., y Vivero Ávila, I. (2015). Las dimensiones de la competencia en el sistema de partidos mexicano (1979–2012). *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 68(22), 13–49.
- Díaz Jiménez, O.F., y León Ganatios, L.E. (2019). *Los escenarios electoral e ideológico en el sistema de partidos mexicano. una mirada posterior a la elección de 2018*. Tirant lo Blanch; UG; IIEG.
- Díaz Jiménez, O.F., y León Ganatios, L.E. (2021). El cambio y la continuidad en el sistema mexicano de partidos: las elecciones federales de 2018 y 2021. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 10(2), 6–29.
- Díaz Jiménez, O.F., Posadas Cabrera, S.M., y Téllez Domínguez, E. (2023). Dimensiones y tendencias del comportamiento electoral en México (2012–2021). En F. Patrón Sánchez, O.F. Díaz Jiménez, y L.E. León Ganatios (Ed.), *Las elecciones intermedias en México 2021. Competencia, comportamiento y escenarios electorales*. (pp. 141–286). Universidad de Guanajuato.
- Díaz Jiménez, O.F., Ramos Ortega, O., y Meza Hernández, J.R. (2023). Los efectos de la comunicación presidencial en la confianza en las instituciones políticas y las noticias de los medios en las elecciones intermedias de 2021. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (35).
- Díaz Jiménez, O.F., Alva–Rivera, M.E., y Téllez Domínguez, E. (2024). ¿Clivajes, imágenes, partidismo o partidismo negativo? El comportamiento electoral mexicano en perspectiva comparada (2012–2021). *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (37).
- Domínguez, J.I., y McCann, J.A. (1996). *Democratizing Mexico: Public opinion and electoral choices*. Johns Hopkins University Press.
- El Financiero*. (2024). Estudios efectuados por *El Financiero* durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/161777>
- Elff, M., y Rossteutscher, S. (2017). Religion. En K. Arzheimer, J. Evans, y M.S. Lewis–Beck (Eds.), *The SAGE handbook of electoral behavior* (pp. 199–219). SAGE Publications.
- Enkoll. (2024, 28 de mayo). Presidenciables 2024 [Informe en PDF]. <https://www.enkoll.com/wp-content/uploads/2024/05/PRESIDENCIABLES-2024-280524.pdf>
- Evans, G. (2017). Social class and voting. En K. Arzheimer, J. Evans, y M.S. Lewis–Beck (Eds.), *The SAGE handbook of electoral behavior*. (pp. 177–198). SAGE Publications.
- Evans, G., y Northmore–Ball, K. (2018). Long–term factors. Class and religious cleavage. En J. Fisher, E. Fieldhouse, M.N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch, y C. Wlezien (Eds.), *The Routledge handbook of elections. Voting behavior and public opinion* (pp. 123–135). Routledge.
- Flores–Macías, F. (2009). Electoral volatility in 2006. En J.I. Domínguez, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*. (pp. 191–208). Johns Hopkins University Press.
- GEA–ISA. (2024). Estudios efectuados por GEA–ISA, durante el proceso electoral federal 2023–2024. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/166950>

- Greene, K.F. (2009). Images and issues in Mexico's 2006 presidential election. En J.I. Domínguez, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*. (pp. 246–267). Johns Hopkins University Press.
- Greene, K.F. (2015). Campaign effects in Mexico since democratization. En J.I. Domínguez, K.F. Greene, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Mexico's evolving democracy. A comparative study of the 2012 elections*. (pp. 128–152). Johns Hopkins University Press.
- Gunther, R. (2014). Prefacio. En G. Meixueiro y A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. (pp. 9–13). CESOP.
- Gunther, R., Costa Lobo, M., Bellucci, P., y Lisi, M. (2016a). The changing determinants of the vote. En R. Gunther, P.A. Beck, P.C. Magalhães, y A. Moreno (Eds.), *Voting in old and new democracies*. (pp. 150–192). Routledge.
- Gunther, R., Beck, P.A., Magalhães, P., y Moreno, A. (Eds.). (2016b). *Voting in old and new democracies*. Routledge.
- Huddy, L., Mason, L., y Aarøe, L. (2015). Expressive partisanship: Campaign involvement, political emotion, and partisan identity. *The American Political Science Review*, 109(1), 1–17. <http://www.jstor.org/stable/43655021>
- Hutchings V.L., y Jefferson, H.J. (2018). The sociological and social–psychological approaches. En J. Fisher, E. Fieldhouse, M.N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch, y C. Wlezien (Eds.), *The Routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion*. (pp. 21–29). Routledge.
- Iyengar, S., y Westwood, S.J. (2015). Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690–707.
- Klesner, J.L. (2004). The structure of the mexican electorate: Social, attitudinal, and partisan bases of Vicente Fox's Victory. En J.I. Domínguez y C.H. Lawson (Eds.), *Mexico's pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000*. (pp. 91–122). Stanford University Press.
- Klesner, J.L. (2009). A sociological analysis of the 2006 elections. En J.I. Domínguez, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*. (pp. 50–70). Johns Hopkins University Press.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B., y Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Duell Sloan and Pearce.
- LeDuc, L., y Niemi, R.G. (2014). Voting behavior: Choice and context. En L. LeDuc, R.G. Niemi, y P. Norris (Eds.), *Comparing democracies 4. Elections and voting in changing world*. (pp. 133–149). SAGE.
- Maldonado Hernández, G. (2013). Efectos de campaña en las elecciones presidenciales de México en 2000 y 2006. En M.A. Martínez y R. Aguilar Valenzuela (Coords.), *Campañas electorales en México y una visión a Centroamérica*. (pp. 29–60). Miguel Ángel Porrúa.
- Márquez, J. (2024). Aprobación presidencial: ¿dónde se ubica AMLO respecto a otros presidentes? Oraculus. <https://oraculus.mx/aprobacion-presidencial/>
- Márquez, C., y Martínez–Hernández, A. (2022). El clivaje étnico en México: elecciones presidenciales de 2018. *Revista Apuntes Electorales*, 21(67), 101–136. <https://doi.org/10.53985/ae.v21i67.858>
- Mayer, S.J. (2017). How negative partisanship affects voting behavior in Europe. Evidence from an analysis of 17 European multi–party systems with proportional voting. *Research and Politics*, 4, 1–7.



- Meixueiro, G. (2014). Los electores independientes en México en 2006 y 2012. En G. Meixueiro y A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. (pp. 141–171). CESOP; Cámara de Diputados.
- Meléndez, C. (2022). *The post-partisans: Anti-partisans, anti-establishment identifiers, and apartisans in Latin America*. Cambridge University Press.
- Moreno, A. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. FCE.
- Moreno, A. (2009a). The activation of economic voting in the 2006 campaign. En J.I. Domínguez, C.H. Lawson, y A. Moreno (Eds.), *Consolidating Mexico's democracy: The 2006 presidential campaign in comparative perspective*. (pp. 209–228). Johns Hopkins University Press.
- Moreno, A. (2009b). *La decisión electoral: votantes, partidos y democracia*. Miguel Ángel Porrúa.
- Moreno, A. (2012). Who is the mexican voter? En R.A. Camp (Comp.), *The Oxford handbook of mexican politics*. Oxford University Press.
- Moreno, A. (2016). Value cleavages revisited. En R. Gunther, P.A. Beck, P. Magalhães, y A. Moreno (Eds.), *Voting in old and new democracies*. (pp. 99–149). Routledge.
- Moreno, A. (2018a). *El cambio electoral: votantes, encuestas y democracia en México*. FCE.
- Moreno, A. (3 de julio 2018b). Lucha contra la corrupción, el principal reto de López Obrador. *El Financiero*. <http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/lucha-contra-la-corrupcion-el-principal-reto-de-lopez-obrador>
- Moreno, A. (11 de junio 2021). Voto redistributivo. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/alejandro-moreno/2021/06/10/voto-redistributivo/>
- Moreno, A. (2024, 4 de junio). Respaldo a '4T' y a AMLO apuntala triunfo de Sheinbaum: Encuesta EF. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/encuestas-ef/2024/06/04/respaldo-a-4t-y-a-amlo-apuntala-triunfo-de-sheinbaum/>
- Nadeau, R., Bélanger, R., Lewis-Beck, M.S., Turgeon, M., y Gélinau, F. (2017). *Latin American elections: Choice and change*. University of Michigan Press.
- Parametría. (2024). Los otros datos de la encuesta de salida [Entrada de blog]. Parametría. <https://parametria.com.mx/los-otros-datos-de-la-encuesta-de-salida/>
- Poiré, A. (1999). Retrospective voting, partisanship, and loyalty in presidential elections: 1994. En J.I. Domínguez y A. Poiré (Eds.), *Toward Mexico's democratization: Parties, campaigns, elections, and public opinion*. (pp. 24–56). Routledge.
- Samuels, D.J., y Zucco, C. (2018). *Partisans, antipartisans, and nonpartisans: Voting behavior in Brazil*. Cambridge University Press.
- Sobolewska, M. (2017). Race, ethnicity and elections: From recognizable patterns to generalized theories. En K. Arzheimer, J. Evans, y M.S. Lewis-Beck (Eds.), *The SAGE handbook of electoral behavior*. (pp. 220–240). SAGE Publications.
- Sommano Ventura, M.F. (2014). Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección de 2012. En G. Meixueiro y A. Moreno (Eds.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. (pp. 117–140). CESOP; Cámara de Diputados.
- Sommano Ventura, M.F., y Ortega Ortiz, R.Y. (2003). La identificación partidista de los mexicanos y el cambio electoral, 1994–2000, *Foro Internacional*, 43(1), 10–38.
- Torcal, M. (2014). Bases ideológicas y valorativas del votante mexicano y su efecto en el voto. Síntomas de una creciente institucionalización. En G. Meixueiro y A. Moreno (Eds.), *El*

- comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. (pp. 91–116). CESOP; Cámara de Diputados.
- Torcal, M., Montero, J.R., y Gunther, R. (2003). Ciudadanos y partidos en el sur de Europa: los sentimientos antipartidistas. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 101(2003), 9–48.
- Zechmeister J.E. (2015). Left–right identifications and the Latin American voter. En R.E. Carlin, M.M. Singer, y E.J. Zechmeister (Eds.), *The Latin American voter: Pursuing, representation and accountability in challenging contexts*. (pp. 195–225). University of Michigan Press.
- Zhong, C.B., Galinsky, A.D., y Unzueta, M.M. (2008). Negational racial identity and presidential voting preferences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(6), 1563–1566.