

Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones

MURILO KUSCHICK RAMOS*

Resumen

El presente artículo tiene por objeto demostrar, a partir del análisis de resultados de diferentes encuestas de opinión y de diferentes elecciones llevadas a cabo en México, que al existir en el país procedimientos democráticos que ofrecen a los votantes varias posibilidades de elección, es posible utilizar hipótesis y teorías que se construyeron sobre las modalidades de decisión del elector estadounidense para explicar la conducta electoral de los mexicanos.

Abstract

The purpose of this article is to prove, by analyzing results from different opinion polls and elections held in Mexico, that due to the existing democratic procedures offering voters several electoral possibilities in Mexico, it has become possible to use hypotheses and theories about decision-making among United States' voters to explain Mexican electoral behavior.

Palabras clave: encuestas, elecciones, López Obrador, gráficas.

Introducción

Cuando se considera el conjunto de los procesos electorales llevados a cabo en México durante la mayor parte del siglo XX, cualquier analista interesado en problemas político-electorales destacaría que la mayoría de los electores votaba por el PRI motivada por distintas razones, políticas, económicas o ideológicas. Esta relación casi mecánica entre electores y su decisión de voto, amén de la ausencia de una real oposición y de un sistema electoral confiable, moderno e imparcial, inhibía cualquier intento por hacer estudios más acuciosos acerca del comportamiento electoral de los mexicanos. De hecho, fueron necesarias muchas luchas por parte de los partidos de

* Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, *campus* Azcapotzalco, Av. San Pablo No. 180, Col. Reynosa Tamaulipas, C.P. 02200, México, D.F.

oposición y de la sociedad civil para que se modificaran las condiciones de la competencia político-electoral (Becerra, Salazar, Woldenberg, 2000), aunadas a varias crisis económicas.

A partir de 1977, con las distintas reformas electorales no sólo se realizaron modificaciones a las reglas de la competencia política, sino además se llegó al año 2000 con la primera victoria de un partido de oposición al puesto de presidente de la República.

En función de lo anterior, en este artículo se esbozarán algunas reflexiones sobre el problema de las relaciones entre las elecciones y la conducta de los votantes a fin de poder establecer la existencia de mecanismos y resortes para explicar las motivaciones que conducen al elector a tomar su decisión.

Decisión, comunicación y elección

Aunque algunas veces no sea muy explícito, uno de los objetivos de la sociología es explicar cómo los individuos realizan cierto tipo de acciones y toman cierto tipo de decisiones; en nuestro tema en particular, explicar cómo se toman las decisiones en el ámbito electoral. Cabría preguntarse, entonces, ¿por qué y mediante cuáles elementos pueden ser explicadas estas tomas de decisiones? Al respecto, en por lo menos cuatro teorías, se destaca que la decisión deviene de una constricción social (Lipset, 1997; Lagroye, 1994). Los individuos toman decisiones en función de las presiones y condiciones sociales en las que viven. En estos términos, los resultados de las votaciones obedecen a la situación de clase, a la ocupación y al estatus socioeconómico de los electores. Por consiguiente, los obreros suelen votar por partidos obreros, mientras que los empresarios, comerciantes e individuos que pertenecen a los grupos de mayores ingresos votan por los partidos de la derecha o afines a su condición de clase, lo cual implica un bajo nivel de movilidad de partidos y candidatos. En este sentido, puede plantearse que las campañas políticas ejercen pocos efectos en la decisión de los electores.

De manera paralela a esta hipótesis e influidos por la sociología de Talcot Parsons (1988), encontramos los planteamientos de la Escuela de Columbia, así llamada porque sus integrantes, bajo la dirección de Paul Lazarsfeld, un investigador de origen austriaco, trabaja-

ron en la Universidad de Columbia, en Nueva York. Este grupo se abocó a investigar la influencia de los medios, principalmente la prensa y radio, en la toma de decisión de los electores, concluyendo que si bien tienen algún tipo de impacto, la influencia de mayor peso en la decisión de los individuos están motivadas por su pertenencia a sus grupos de referencia como son la familia, el trabajo, la religión y el lugar de residencia. Al mismo tiempo se produjeron cuatro importantes esquemas que explican la comunicación y las posibilidades de la comunicación para influir en la toma de decisión de los electores.

El primero de ellos es el esquema de la comunicación filtrada, que describe la influencia que recibimos de los medios de comunicación a partir de nuestros intereses, usos y gratificaciones que de ellos obtenemos. Por lo general, somos receptivos a los mensajes que se asemejan a lo que pensamos y rechazamos los que son en tipo y forma diferentes a lo que estamos acostumbrados (Lazarsfeld, 1960). En el segundo esquema, se plantea que la comunicación suele arrojar mejores resultados cuando llega a nosotros mediada por un líder de opinión que nos influye. En otras palabras, el modelo de la comunicación consta de dos pasos: el medio de comunicación envía el mensaje, el cual llega al público, pero sin producir efectos, hasta que un líder lo recupera y lo comenta al grupo en donde tiene influencia. Esta forma de comunicación se relaciona con la credibilidad y el nivel de confianza del líder de opinión. La Escuela de Columbia era un tanto escéptica en cuanto a los efectos de los medios masivos de comunicación para lograr cambios efectivos en la conducta de los electores, ya que consideraba que únicamente se logra motivar a los inadaptados y marginales que no se encuentran integrados a sus grupos de referencia. Por lo tanto, las campañas político-electorales y el uso de los medios masivos de comunicación no cambian el comportamiento de los electores, pues éstos deciden su voto en función de su grupo de pertenencia; esto implica un nivel muy bajo de movilidad entre los electores, posibilitando tan sólo cambios en la decisión de voto si cambia la composición y la movilidad social y económica de los grupos de referencia.

Paradójicamente, las campañas político-electorales hacen un uso cada vez más intenso de los medios masivos de comunicación y gastan cada vez una cantidad mayor de recursos. Esto está ligado a la apa-

rición del tercer esquema a partir del interés en la decisión electoral. Bajo la dirección del psicólogo Angus Campbell (Campbell *et al.*, 1964), un grupo de la Universidad de Michigan publicó los resultados de un estudio sobre los elementos que el elector estadounidense considera al momento de tomar una decisión electoral, aislando tres elementos de origen psicológico: *a*) la identidad político-partidaria, *b*) la imagen de los candidatos y *c*) los temas de interés en las campañas políticas (Campbell *et al.*, 1964). Aunque estos autores no hablen explícitamente de la influencia de los medios, proponen que la imagen de los candidatos y los temas que se discuten en las campañas políticas son promovidos principalmente por los medios masivos de comunicación y, en la actualidad, por la televisión.

El cuarto esquema surgió a finales de la década de los años cincuenta, formulado por Anthony Downs (1957), quien desarrolló una concepción de índole racional, de acuerdo con la cual los individuos deciden a partir de los beneficios que les ha proporcionado el gobierno en turno y de los posibles y probables beneficios que piensan recibir de los partidos y candidatos contrincantes. Por lo tanto, las elecciones que hacemos no devienen tanto de nuestra participación en una clase o grupo social, sino de las percepciones de los individuos en relación con las acciones e “inacciones” del gobierno en turno y en función de la capacidad de los partidos opositores de generar confianza y credibilidad en las ofertas que realizarán a favor o en contra de los programas y propuestas del gobierno en turno, o de los cambios que introducirían si llegaran al poder; esto significa que las campañas políticas y comunicativas pueden intentar cambiar tales percepciones.

Aunque contradictorios entre sí, estos planteamientos esquemáticos no pueden desecharse del todo, pues el hombre no es sólo un ser determinado por las condiciones macrosociales (el medio social en el cual vive y las instituciones en las cuales está inmerso), ya que es a la vez una individualidad capaz de decidir y de buscar o de utilizar información, argumentos, conocimientos y experiencias previas para la toma de decisiones.

Los cuatro paradigmas que hemos presentado sirven como marco teórico para la explicación de la conducta de los electores, pues éstos no sólo actúan por pertenecer a un grupo social, sino que, además, cuenta el hecho de que simpaticen o no con un partido político,

la imagen de los candidatos, sus ofertas, así como la evaluación que los electores hacen de la administración del partido gobernante.

Para demostrar la utilidad de tales paradigmas, utilizaré los resultados de algunas encuestas de opinión, realizadas por mí en el ámbito de la ciudad de México, así como de otros ejercicios llevados a cabo antes y después de la elección del seis de julio de 2003, pues esta elección modificó el mapa político de México que se tuvo después de la elección del año 2000.

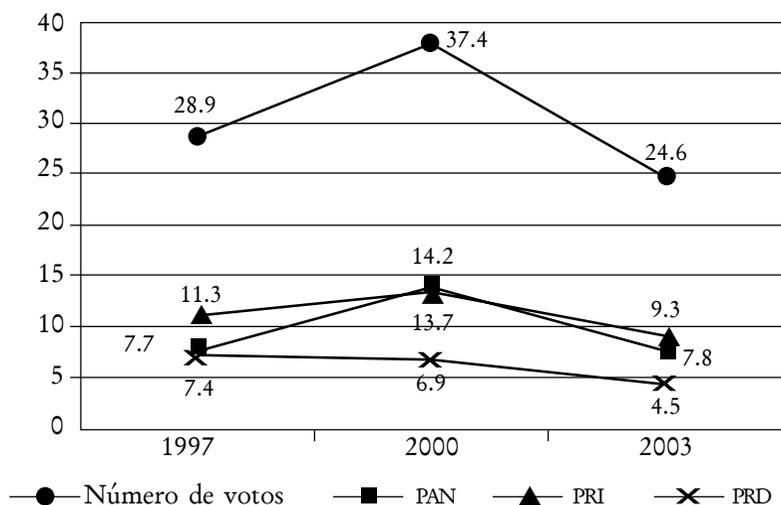
Encuestas y decisión de voto

La elección del 6 de julio de 2003 mostró el siguiente escenario con respecto a la participación de los electores: por un lado, un importante descenso en los niveles de participación del electorado en relación con procesos previos y, por el otro, una tendencia a la disminución de votos, por lo menos en términos absolutos, en los tres principales partidos políticos aunque, en términos relativos, algunos partidos como el PRI y el Verde Ecologista hayan sido beneficiados en el reparto de posiciones al interior del Congreso.

En la gráfica I se observa que la participación electoral en 2003 correspondió únicamente a 65% de los electores que emitieron su voto en el año 2000, y a 85% de los que participaron en 1997. Es decir, las elecciones de 2003 no llamaron la atención de la mayoría de los electores que por lo regular votan en las elecciones mexicanas (usualmente 50% de los empadronados).

La gráfica II nos muestra cómo han proliferado las organizaciones políticas entre 1997 y 2003, motivadas principalmente por el financiamiento público a los partidos políticos. Por otra parte, encontramos que uno de los mejores mecanismos que han utilizado algunos de los partidos, como el PRI y el PAN, para mejorar la captura de votos, han sido las alianzas con partidos como el Verde Ecologista. Esto no resultó favorable para el PRD en 2000, pero sí lo fue para los partidos que se aliaron con él, pues lograron la manutención de su registro y representación en la Cámara de Diputados, situación que volvió a presentarse en 2003, permitiendo generar la hipótesis de que el electorado continúa buscando nuevas opciones y soluciones a sus problemas.

Gráfica I
México, 1997-2003. Resultados de elecciones federales



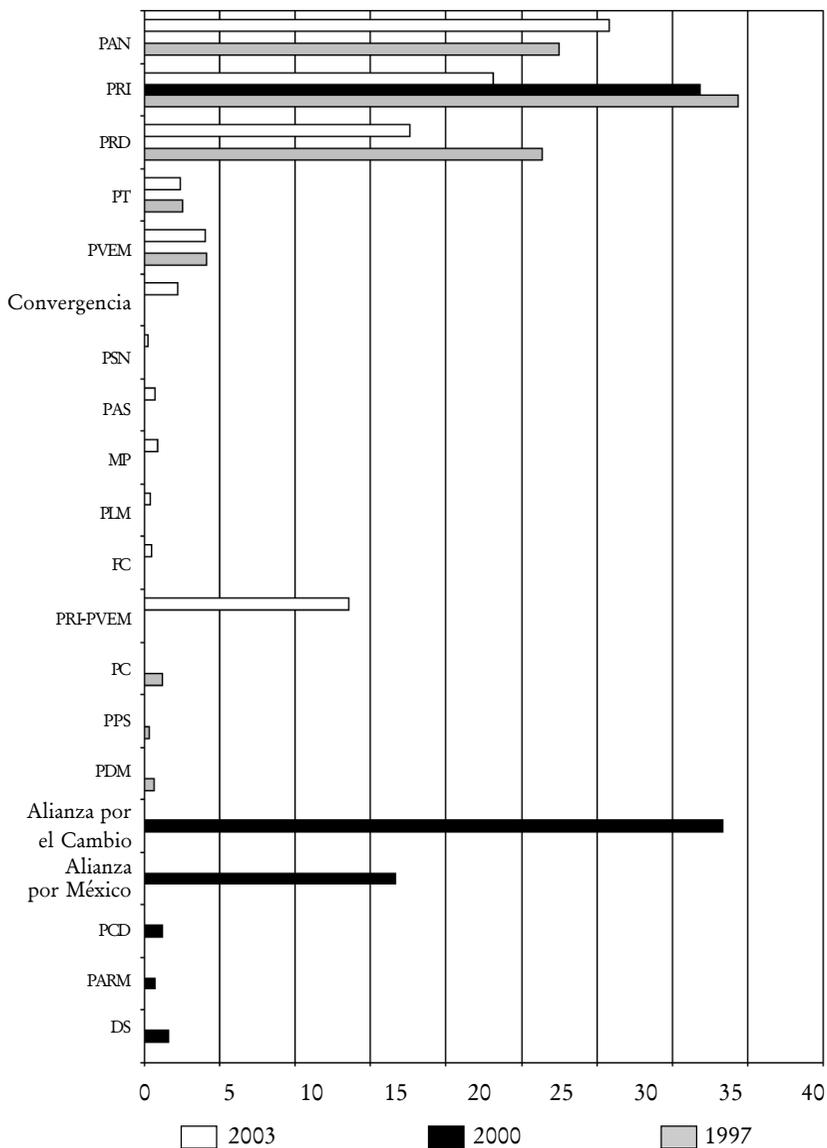
Fuente: Kuschick, 2003.

Uno de los elementos que permiten determinar los posibles niveles de participación político-electoral son los llamados niveles de aprobación/reprobación del gobierno en turno (Fiorina, 1981). En junio de 2003, como se puede observar en la gráfica III, los niveles de desaprobación del gobierno de Fox se aproximaban a 60%, mientras que sus niveles de aprobación eran de alrededor de 30%, que fue el porcentaje de votos que recibió Acción Nacional en la elección de 2003.

Otro elemento importante que determina la intención de voto es el nivel de simpatía política: la identificación con una agrupación política. Pese a que no tengamos información en el ámbito nacional (derivada de nuestra propia investigación empírica) es posible hacer algunas inferencias a partir de la información obtenida en el ámbito local de la ciudad de México.¹

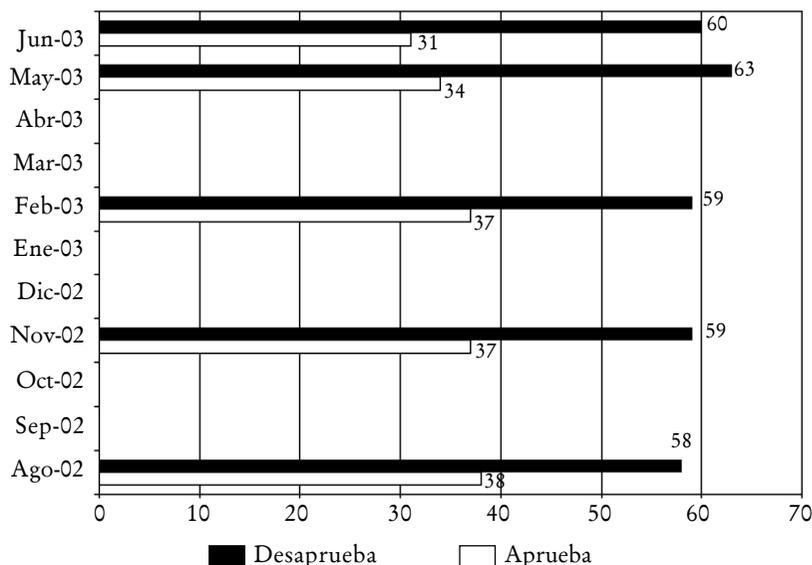
¹ La información fue obtenida mediante encuestas que se han estado realizando en la ciudad de México, con base en un proyecto de investigación cuyo propósito central es investigar si la percepción de los capitalinos en edad de votar, con relación a la actividad gubernamental, modifica sus intenciones de voto. La encuesta se hace durante tres meses en las 16 delegaciones políticas a partir de un muestreo aleatorio polietápico, con una muestra de 1 111 integrantes, con un nivel de confianza de 95.5% y un margen de error de 3%.

Gráfica II
México, 1997-2003. Resultados comparados por partidos políticos. Elecciones legislativas



Fuente: Elaborado por el autor con datos del IFE e IEDF.

Gráfica III
México 2002-2003. Niveles de aprobación/desaprobación
del gobierno de V. Fox

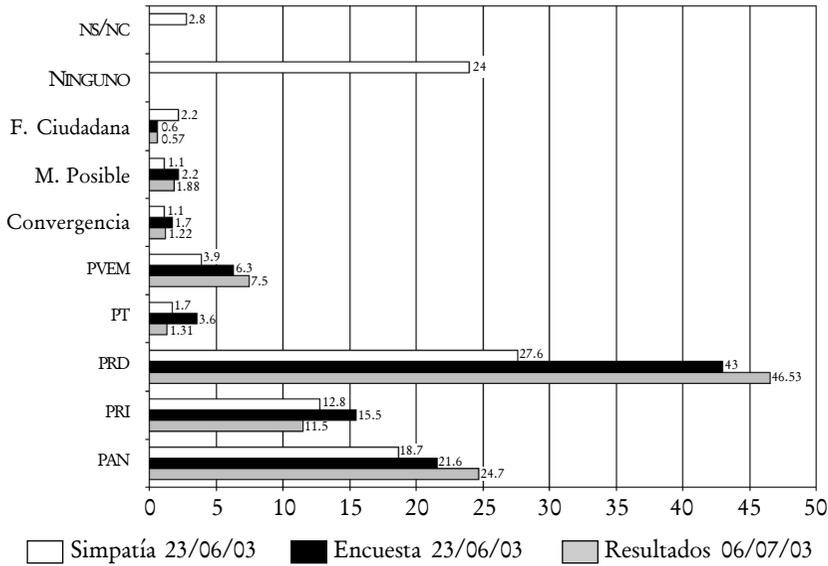


Fuente: *El Universal*, 27 de junio de 2003.

La gráfica IV describe la situación arriba establecida, pues muestra cómo la intención de voto y las votaciones que se celebraron en la ciudad de México para jefes delegacionales se encuentra muy relacionada con la simpatía político partidaria, ya que cuando se comparan los resultados de dicha elección (en términos agregados, por tratarse de una elección de carácter local en cada una de las 16 delegaciones políticas) se observa que casi 60% del voto que recibió el PRD provenía de sus simpatizantes, situación que fue de 80% en el caso del PRI y de 75% en el caso del PAN.

Considerando los resultados por partido, se aprecia que gran parte de los votos del PRD (6 de cada 10) provienen de sus simpatizantes y los demás (4 de cada 10) de los votantes “indecisos” o independientes. En el caso del PRI, la mayor parte de sus votos los cosechó únicamente de su voto duro (80%), mientras que el PAN obtuvo 75% de sus votos en el Distrito Federal de sus simpatizantes. Por lo tanto, fue

Gráfica IV
México, D.F., 2003. Comparativo entre resultados de las elecciones para jefes delegacionales, intención de voto y simpatía político-partidaria



Fuente: Investigación directa y datos del IEDF, 2003.

más baja la cantidad de votos que captaron el PRI y el PAN de los votantes indecisos o independientes: en el primero dos de cada diez y en el segundo tres de cada diez.

Esta situación se puede explicar al hacer referencia, por ejemplo, a los altos niveles de popularidad que goza el jefe de gobierno de la ciudad de México, Andrés Manuel López Obrador, el cual fue calificado como “muy bueno” o “bueno” por 25.3% de los posibles votantes panistas (encuestados el 23 de junio de 2003 por el autor), por 16.2% de los posibles votantes del PRI, por 90% de los posibles votantes del PRD, por 16% de los que aún no decidían su voto y por 28% de aquellos que no declaraban su intención de voto.

Como es notorio en nuestra investigación, uno de los factores más importantes para poder explicar y determinar el comportamiento político radica en la manera bajo la cual los electores juzgan la actuación de sus gobernantes. La buena opinión que los capitalinos tienen

del desempeño del jefe de gobierno puede ser un elemento que explique la gran cantidad de votos por el PRD, así como el aumento de la simpatía por este partido en la ciudad. Por lo tanto, la imagen que intenta comunicar el jefe de gobierno —de honesto, de que comienza a trabajar muy temprano por la mañana, de que se desplaza en un automóvil austero, amén del apoyo que brinda a las personas de la tercer edad y la construcción de obras viales en la ciudad— le ha granjeado óptimos niveles de aceptación, que han contribuido a que su partido, el PRD, haya obtenido la mayor parte de las delegaciones políticas de la ciudad de México, así como la mayoría en la Asamblea de Representantes de esta capital.

Ahora bien, para explicar la conducta de los electores debe considerarse, por un lado, la imposibilidad de descartar que su actuación pueda describirse como racional, en el sentido en que autores como Downs (1957) plantean la racionalidad. Muchos conceptos de racionalidad se centran únicamente en el papel de los medios para alcanzar una meta determinada y no en los fines, pues los objetivos de los sujetos son en última instancia subjetivos y los medios pueden ser mensurados objetivamente para acceder a tales fines. Según Downs, un hombre racional es el que tiene las siguientes características: 1) siempre tomará decisiones cuando tenga un conjunto de opciones; 2) ordenará las opciones según sus preferencias, de la más importante hasta la más insignificante; 3) jerarquizará sus preferencias de manera transitiva; 4) siempre elegirá la opción que ocupe el primer lugar en la jerarquía; y 5) toda vez que se enfrente a las mismas opciones y contextos, tomará la misma decisión (*op. cit.*, 25). En estos términos, los electores deben ser sujetos racionales que, para tomar una decisión, deben elegir entre un partido político u otro en función de las ofertas que estos últimos plantean y conforme a las actuaciones de estos partidos y candidatos.

Al resumir la concepción de Downs, Luque (1996) la plantea de la siguiente manera:

1. Los actores que intervienen son votantes, partidos y gobierno.
2. Los gobiernos son partidos con éxito.
3. Los electores ven en las elecciones mecanismos de selección de gobiernos, toman sus decisiones para maximizar su utilidad y para ello consideran las posiciones políticas e ideológicas y

las actuaciones pasadas de los partidos políticos para obtener una medida del grado de responsabilidad y realismo (credibilidad) que pueden tener. Los partidos no sólo producen políticas detalladas, sino también ideologías tan vagas como sea posible para atraer a tanta gente como sea posible. Se admite la racionalidad de los electores y los partidos.

4. El partido se contempla como una coalición de hombres unidos sin conflictos políticos internos, preocupados por salir elegidos a cualquier costo en términos de resultados políticos. Por ello cambiarán su política persiguiendo maximizar el éxito electoral (*op. cit.* p. 99).

Por consiguiente, el modelo de Downs propone una máxima: los partidos elaboran políticas para ganar elecciones, más que ganar elecciones para formular políticas. Esto es, con tal de ganar el apoyo de los electores harán ofertas que no podrán cumplir en un momento determinado, lo cual puede significarles perder el apoyo de los electores en la próxima contienda electoral. Esto implica que los partidos, sus candidatos y los propios electores, que buscan maximizar su beneficio, lo hagan en un escenario de riesgo, ya que las promesas, acciones e inacciones del gobierno tienen un costo político. En este contexto encontramos la promesa de campaña de Fox de que el país crecería así como la idea de que el PRI era el causante de todos los males y que al sacarlo del poder el país accedería a la democracia. También en la elección de 2003 se hicieron este tipo de promesas, aunque en un tono mucho más moderado o simplemente señalando a los otros partidos o al partido en el gobierno, en este caso el PAN, como el causante de todos los males.

Puede afirmarse que los modelos de racionalidad no sufren el problema de que los electores, partidos/candidatos y gobiernos no sean racionales, pero sí el de un conjunto de limitaciones, ya que el ejercicio de la racionalidad supone un acceso, algunas veces ilimitado, a la información, la cual puede estar distribuida de manera desigual o ser escasa. Sin embargo, aun cuando fuera abundante y suficiente, los distintos actores políticos no tendrían la misma capacidad para adquirirla, comprenderla y usarla de modo que les permitiera una toma de decisión eficiente y productiva, amén del hecho de que los intereses y necesidades de los distintos actores son diversos.

En la gráfica II² se muestra que a medida que los niveles de aprobación de los ciudadanos con respecto a la acción del gobierno se modifican, cambia la intención de voto, puesto que no sería una acción racional por parte de los electores votar por un partido del cual no perciben recibir suficientes beneficios. Sin embargo, aquí surge un problema interesante: ¿cuáles son los criterios que utilizan los electores para percibir los beneficios? Aunque se pudiera realizar una medición objetiva, lo que se está midiendo es hasta cierto punto subjetivo, ya que el gobierno puede prometer beneficios para los electores, como mejoras en sus niveles de vida, pero para lograr este objetivo deberá aumentar los impuestos o disminuir la carga impositiva —para lo cual debería hacer recortes a los servicios públicos que se prestan a cierto tipo de ciudadanos—, o aumentar el déficit público. Finalmente, lo que se plantea es que los electores perciben la acción gubernamental mediante distintos tipos de filtros, lo que significa que la racionalidad se ve afectada por los filtros que los individuos usan para percibir la realidad, como es la explicación del comportamiento electoral que propone la Escuela de Michigan (*op. cit.*, p. 155).

Según estos autores, las elecciones son un proceso de toma de decisiones que involucra diferentes tipos de actores. La decisión de los electores es el resultado de la imagen que se han formado de los políticos y de sus actuaciones. Por tanto, en la base de esta decisión se encuentran las percepciones de los electores con respecto a los políticos, sus políticas y los partidos que éstos representan. La percepción consta de imágenes conformadas por elementos de tipo cognitivo que implican modelos simbólicos con que aprehendemos a la realidad (Bandura, 1996), aunados a elementos de tipo afectivo. Los elementos cognitivos implican la existencia de conocimientos y experiencias previas con que se evalúan acciones y hechos a partir de los cuales se mide la actuación del gobierno o de un candidato en función de su experiencia, habilidades y capacidad para desempeñar el puesto, los niveles de información, logros anteriores y capacidad administrativa, además de cualidades personales como bondad, integridad, patriotismo y sinceridad.

Nuestra predisposición a evaluar bien o mal a un candidato varía también en relación con nuestra preferencia político partidaria, esto

² Vid. *supra* p. 53.

es, el nivel de simpatía e identificación que tenemos con los partidos políticos. En la gráfica IV³ se aprecia que a medida que la simpatía aumenta o disminuye por un partido político, se incrementan sus probabilidades de ganar o perder una elección.

El proceso de toma de decisión es finalmente la expresión de una actitud: la manera con la que los individuos se comportarán frente a un objeto determinado. La actitud implica una opinión que se ha conformado por elementos cognitivos, pero también por cuestiones de índole emotiva e influencias de nuestro ambiente social. Según Neumann (1997), a nuestro alrededor se ha ido formando una aversión hacia cierto político o un partido, esto influirá al momento en que emitamos nuestro voto y una opinión acerca de algo o alguien. Estas influencias nos llegan desde el comportamiento de las personas que nos rodean, así como de los medios de comunicación. Por tanto, en el caso de las elecciones, al igual que en muchas modalidades de nuestra vida cotidiana, los actores no deciden con base en cálculo frío y racional, considerando los beneficios que le traerá votar por el partido “A” o “B” o por el candidato “C” o “D”. Sería una actitud muy racional por parte de los electores ponderar las circunstancias en que, por ejemplo, Vicente Fox llegó al poder, las muchas décadas que el PRI gobernó, las dificultades, la crisis económica o el impacto de la economía estadounidense en México. Sin embargo, los ciudadanos, en función de su percepción de la buena o mala situación que se vive en México, pierden rápidamente de vista la perspectiva histórica general y, olvidando el pasado, exigen soluciones en el presente inmediato. Asimismo, lo que ven, leen y escuchan en los medios les permite formarse una opinión, misma que incide en su intención de voto.

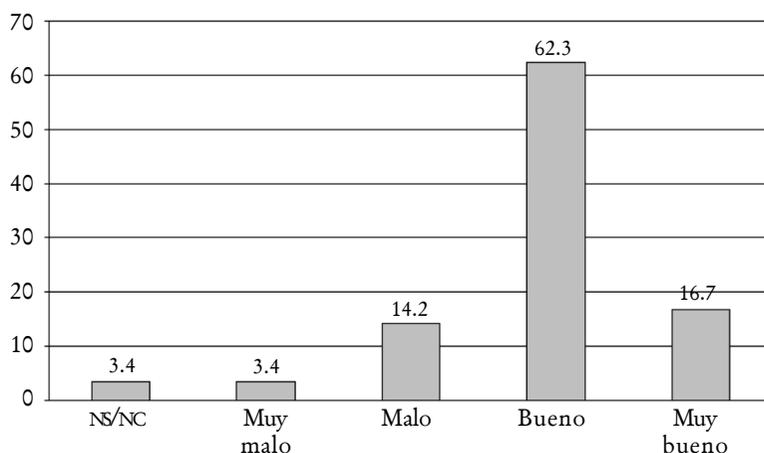
Otro ejemplo importante y que pudiera ser un elemento de consideración es el alto nivel de popularidad y aceptación que tiene el gobierno de López Obrador en la ciudad de México. Según algunas encuestas, este gobernante tiene un nivel de aceptación que rebasa con creces al del presidente de la República. De acuerdo con una de las últimas encuestas, que realicé en la ciudad de México⁴ el 7 de no-

³ *Vid. supra* p. 55.

⁴ La encuesta se realizó en las 16 delegaciones que componen al Distrito Federal, con una muestra aleatoria polietápica de 1 060 integrantes. La unidad de análisis fue la vivienda, de la que se seleccionó una persona mayor de 18 años en función de cuotas de género y edad. Las viviendas fueron seleccionadas conforme a un método de estratificación de viviendas según

viembre de 2003, los niveles de aceptación del gobierno de López Obrador son altos, pues 62.3% de los entrevistados califican al gobierno de la ciudad como “bueno” y 16.7% como “muy bueno”. Es decir, casi 80% de los capitalinos califica positivamente la actuación del gobierno de la ciudad, solamente 14.2% de los entrevistados lo califica como “malo” y únicamente 3.4%, opina que es “muy malo”. En otras palabras, menos de 18% de los residentes del Distrito Federal le asignan una mala calificación al gobierno de la ciudad de México tal y como se muestra en la gráfica siguiente:

Gráfica V
México, D.F., noviembre de 2003.
Calificación al gobierno de López Obrador

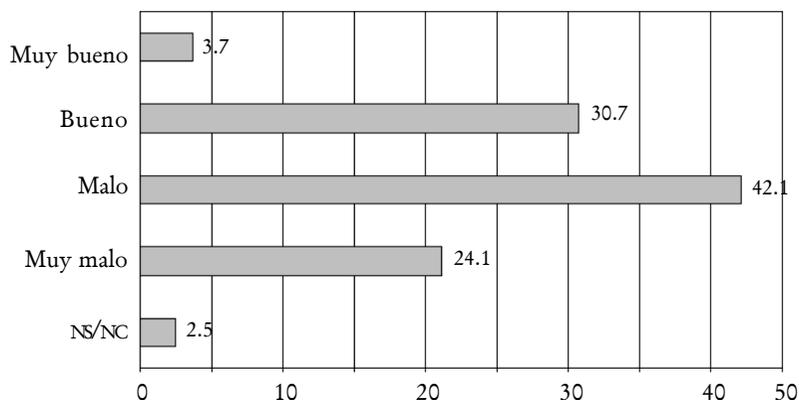


Fuente: Investigación directa.

Con respecto a la calificación del gobierno del presidente Fox, aun cuando mantiene un nivel medio de apoyo —30.7% de los entrevistados calificó su gobierno como “bueno” y 3.7% de “muy bueno”—, la cantidad de quienes lo califican de “malo” se ha ido elevando hasta 42.2%, en tanto que 21.1% lo juzga como “muy malo”. Esta percep-

niveles socioeconómicos, conforme al mapa mercadológico de Bimsa. El nivel de confianza fue de 95.5% y el margen de error, de 3%. El objetivo central del estudio fue evaluar al gobierno local y federal, al tiempo que se procuró determinar conocimiento, adhesión a partidos políticos e intención de voto.

Gráfica VI
México, D.F., noviembre de 2003.
Calificación al gobierno de Vicente Fox



Fuente: Investigación directa.

ción, que se manifiesta como una medición objetiva, tiene una fuente subjetiva, ya que los habitantes utilizan sus conocimientos, información, experiencias previas y las expectativas como mecanismo para generar su evaluación, además de los niveles de simpatía político-partidaria.

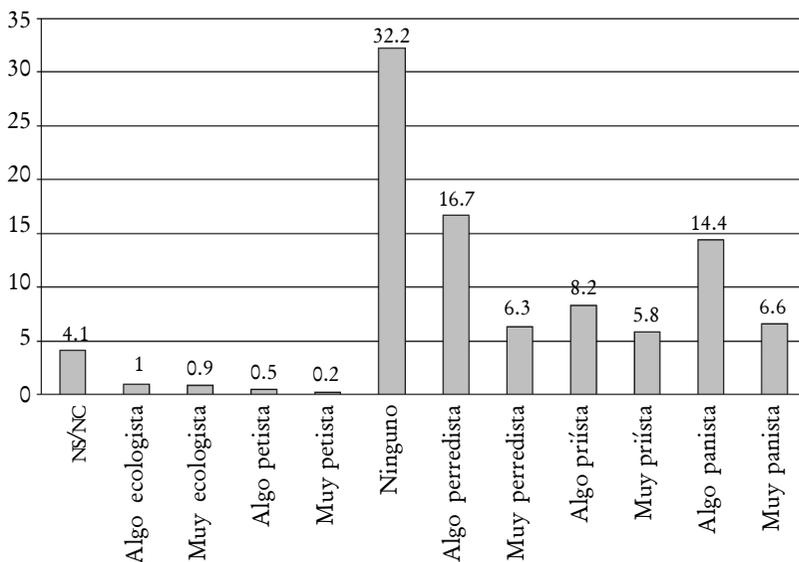
¿Es racional esta evaluación? Con algunos niveles de distorsión motivadas por las mejores o peores condiciones mediante las cuales los electores pueden acceder a la información, puede plantearse que éstos evaluaron la actuación de López Obrador y Fox Quesada con criterios que entrañaron muy probablemente los logros de ambos gobiernos. En el caso del presidente de la República, la opinión pública ha presenciado más fracasos que éxitos, mientras que en lo tocante al gobierno de la ciudad de México, aun cuando los pendientes en materia de seguridad, empleo y combate a la corrupción sean muy elevados, permanecen diversos elementos que han favorecido la imagen del gobierno de la ciudad, hasta entre los simpatizantes de otras organizaciones políticas. Esto se aprecia con una claridad en la gráfica V⁵ sobre la evaluación del jefe de gobierno de la ciudad. Al hacerse un cruce entre esta evaluación y la forma como las personas se

⁵ Vid. *supra* p. 60.

definen con respecto a un partido político,⁶ el supuesto es que a medida en que un elector está identificado con un partido político, tanto a nivel cognitivo como emocional, se identifica con su plataforma ideológico-política, lo cual crea entre los electores y el partido una especie de comunidad de intereses y afectividad que aumenta la probabilidad para que los individuos aprueben las acciones de un gobernante.

La gráfica VII muestra los niveles de identidad de los electores con los partidos en la ciudad de México, a partir de la diferencia entre simpatizantes que se encuentran muy identificados (el voto duro), y los que se definen como “algo” identificados (voto blando), es decir, menos leal. En este sentido se encontró en nuestra última investiga-

Gráfica VII
México, D.F., noviembre de 2003.
¿Usted cómo se define ...?



Fuente: Investigación directa.

⁶ La pregunta en términos concretos fue la siguiente: Con respecto a los partidos políticos ¿usted cómo se define? Las opciones de respuesta fueron: muy panista, poco panista; muy priísta, poco priísta, muy perredista, poco perredista, y así sucesivamente. En investigaciones anteriores preguntábamos a los entrevistados únicamente su simpatía política. Al ofrecer dos posibilidades de respuesta, se buscaba la diferencia entre el llamado “voto duro” y el “voto blando”.

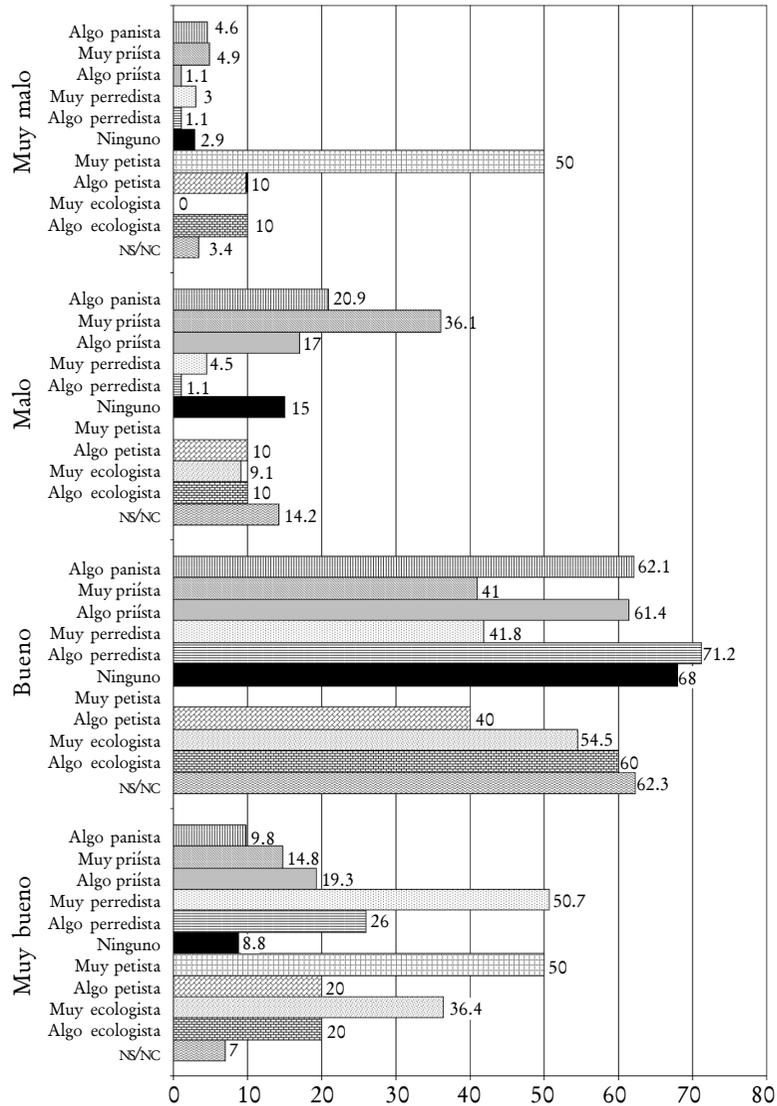
ción que 6.6% de los entrevistados se definen como “muy panistas” y 14.4% como “algo panistas”. En el caso del PRI, 8.3% de los entrevistados se definió como “algo priísta” y 5.8% como “muy priísta”, mientras que entre los perredistas, 6.3% de los entrevistados se identificó como “muy perredista” y 16.7% como “algo perredista”.

Se puede decir que los partidos que conquistan la mayor cantidad de simpatizantes son el PRD y el PAN: el posible voto fiel al PAN puede alcanzar 21%, mientras que en el caso del PRD este voto alcanza 23%. En cuanto al PRI, su voto fiel en la capital suma 14.1%. En la elección intermedia de 2003, el nivel de fidelidad partidaria (captado por la encuesta) de estos tres partidos fue el siguiente: 14% por el PAN, 21%, PRD y 10.1% por el PRI. Aunque hasta la encuesta que se realizó en el mes de junio de 2003 la pregunta que se hizo para identificar la preferencia político-partidaria estaba redactada de forma diferente —ya que se preguntaba “¿Por cuál partido político simpatiza usted?”—, en la última encuesta ya no se intentó determinar la simpatía en términos generales, pues, como lo plantea Moreno (2003), pese a que es importante conocer la dirección de la adhesión o de la identificación político-partidaria, también lo es la intensidad de la misma.

Sin embargo, con excepción de los resultados que arrojó el utilizar una forma diferente de preguntar, las gráficas muestran resultados casi imperceptibles con excepción del PAN, ya que en la encuesta de junio tenía una simpatía de 14% y en la última alcanzó 21% (al sumar las dos categorías “muy” panista” y “algo panista”). Esta diferencia, aunque importante, solamente en posteriores estudios se podrá establecer si se debió a un error en la captura de los datos o a una modificación real en la simpatía político-partidaria, derivada fundamentalmente de la desaparición de otras opciones políticas en el espectro político de la capital.

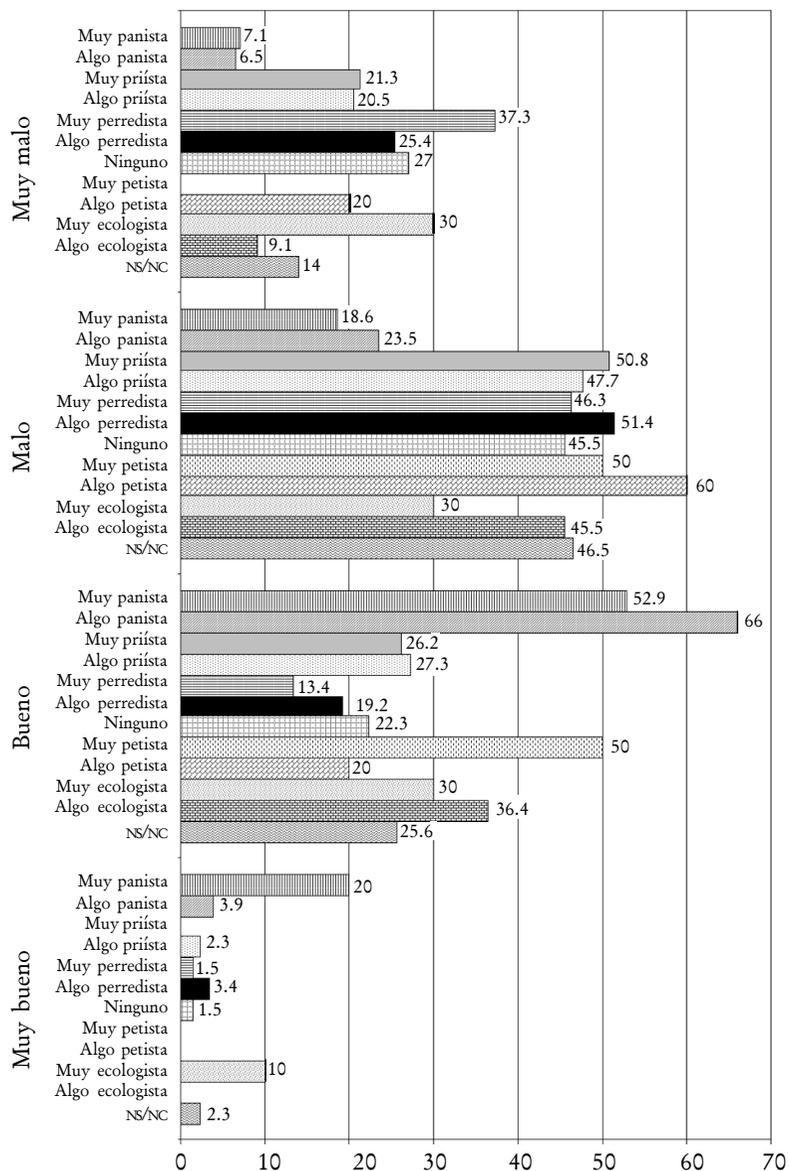
El hecho de indagar la simpatía político-partidaria sólo tiene sentido en términos de las gráficas VIII y IX, pues en ambas se pretende conocer si existe alguna relación entre simpatizar con un partido político y la forma en que una persona juzga la actuación del gobierno. Esta indagación, sin embargo, no es útil para anticipar la dirección del voto de los electores. Por lo tanto, se observa que a medida que un posible elector se encuentra satisfecho con las acciones que emprende un gobernante, existirá una mayor probabilidad de que vote por el partido gobernante.

Gráfica VIII
México, D.F., noviembre 2003.
¿Usted se define como..?, según calificación
del gobierno de López Obrador



Fuente: Investigación directa.

Gráfica IX
México, D.F., noviembre de 2003. ¿Usted cómo se define..?,
según calificación del gobierno de Fox



Fuente: Investigación directa.

Empero, en el caso del gobierno de López Obrador, se aprecia que el juicio de su gestión va por encima de la preferencia y adhesión político-partidaria, pues personas que no se identifican con el PRD, como los “muy panistas” y los que se consideran “algo panistas”, juzgan de manera positiva a su gobierno, de la misma manera que lo hacen simpatizantes del PRI, Verde Ecologista y otras organizaciones políticas. Como se señaló, esto no implica que estas personas vayan a votar por el PRD y sus candidatos, antes bien se demuestra que los electores han realizado una evaluación racional ponderando los beneficios recibidos y los costos.

Por último, en la gráfica IX, en la que se relaciona a los simpatizantes de los distintos partidos políticos con respecto a la evaluación que hacen del gobierno de Fox, encontramos el caso contrario: las mejores evaluaciones coinciden con individuos que se definen como “muy panistas” y “algo panistas”, mientras que las peores evaluaciones corresponden a los simpatizantes de otros partidos políticos y a quienes se definen como “no simpatizantes de ningún partido político”. A partir del análisis de las dos tablas es posible confirmar la hipótesis de que la evaluación de un gobierno obedece a las acciones que propician beneficios a los ciudadanos, involucrando también la percepción que tiene la opinión pública con respecto a los aciertos y errores que el gobierno ha cometido.

La primera manifestación de las implicaciones en la tendencia electoral tanto del PRD como del PAN se observó en los resultados de la elección del Distrito Federal en 2003, en donde el PRD logró recuperar importantes delegaciones políticas, como Azcapotzalco, Álvaro Obregón, Cuajimalpa e Iztacalco, aunque no logró vencer en Benito Juárez y Miguel Hidalgo, delegaciones con importantes contingentes de población de clase media. Sin embargo, logró el control de la Asamblea de Representantes de Distrito Federal en la cual había quedado en minoría después de la elección del año 2000, como se puede apreciar en el cuadro 1, pues el PRD tenía 26 diputados (39% de la representación), mientras que el PAN era la fuerza mayoritaria con 34 representantes (51% de la Asamblea). En la actual legislatura, el PRD tiene 37 asambleístas (56% de representación) y el PAN quedó con 17 diputados (25%), lo que significó la pérdida de la mitad de sus curules. Esta situación se explica, por un lado, por el deterioro de la imagen de la administración presidencial frente a los electores y, por el otro,

Cuadro 1
Composición de la Asamblea Representativa
del Distrito Federal
(Elección 2000 y 2003)

<i>Elecc.</i> <i>2000</i>	<i>M.R.</i>	<i>R.P.</i>	<i>Total</i>	<i>Elecc.</i> <i>2003</i>	<i>M.R.</i>	<i>R.P.</i>	<i>Total</i>
PAN	21	13	34	PAN	3	14	17
PRI		5	5	PRI	0	6	6
PRD	19	7	26	PRD	37	0	37
PDS		1	1	PVEM	0	5	5
				MP	0	1	1
Total	40	26	66	Total	40	26	66

Fuente: Revista *Voz y Voto*, núm. 89-90, julio-agosto de 2000 y núm. 125-126, julio-agosto de 2003.

a partir de la evaluación positiva que han hecho los electores del gobierno perredista de la ciudad.

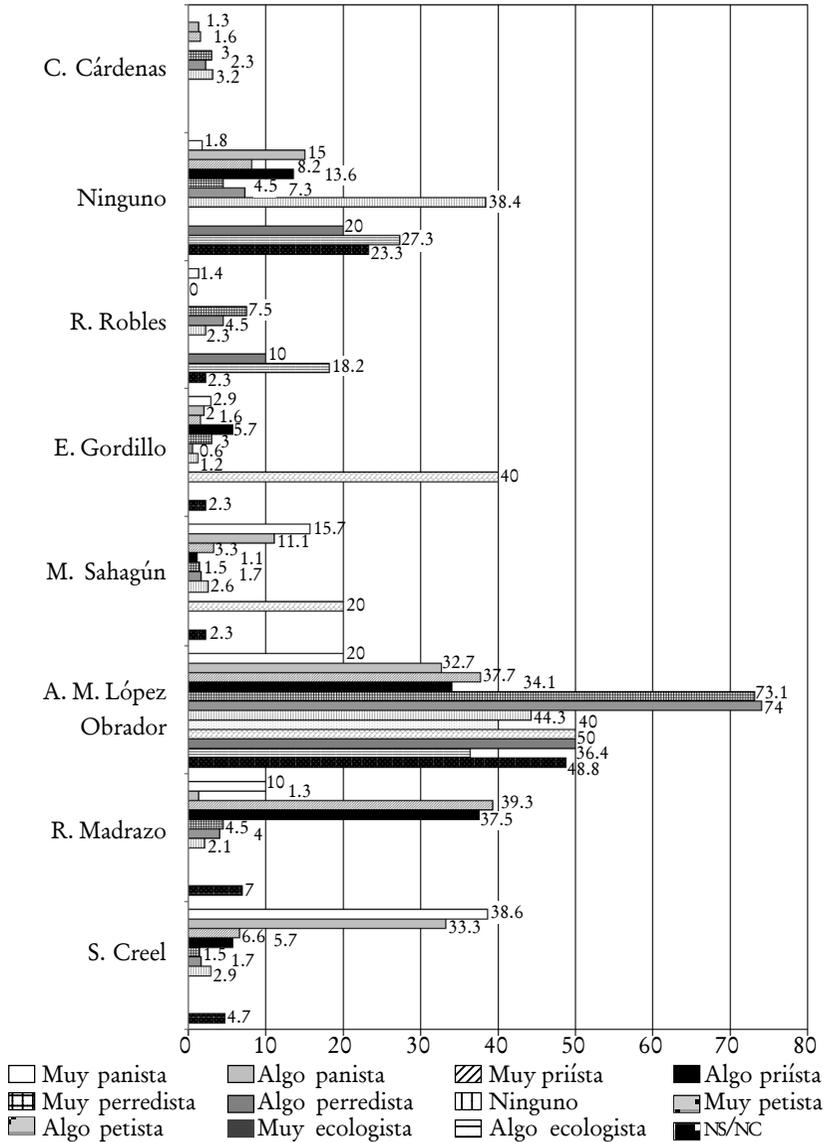
Sin embargo, esta importante recuperación del PRD en la capital no puede ser entendida sin la presencia de López Obrador en el gobierno de la ciudad, su actuación y principalmente la manera favorable en que ha sido juzgada por los capitalinos, lo cual lo ha colocado en un inmejorable posición para competir por la presidencia de la República en 2006.

La gráfica X confirma la hipótesis que se ha planteado con respecto a los altos niveles de popularidad y aceptación del gobierno de López Obrador, pues se buscó conocer la intención de voto por los diferentes posibles candidatos a la presidencia en 2006, apareciendo el jefe de gobierno en primer lugar, seguido por Santiago Creel y Martha Sahagún, aunque en el caso del primero cuenta con el beneplácito de los posibles votantes que no manifiestan simpatía por ningún "partido político".

Conclusión

La intención del presente artículo es contrastar, a partir de resultados de algunas encuestas que hemos realizado en el ámbito de la ciudad de México, algunas hipótesis que han sido planteadas por distintos

Gráfica X
México, D.F. Usted cómo se define.
Si hoy se realizaran las elecciones para presidente, ¿por cuál
candidato votaría usted?



Fuente: Investigación directa.

investigadores a nivel internacional, y plantear su posible utilización en México, pues, como se decía al inicio del presente trabajo, el electorado mexicano parecía comportarse de manera distinta a electores en otras latitudes, ya que el PRI ganó la mayor parte de las elecciones realizadas en el país.

Mediante la hipótesis de la racionalidad se buscó probar que los electores son capaces de poner en una balanza aspectos positivos, en oposición a los aspectos negativos de una administración, y juzgar a un gobierno en función de su percepción. En este caso, se mostró que el gobierno del presidente Fox no ha cumplido con las expectativas que generó, por lo tanto los electores castigan al PAN; por el otro lado, el PRD y principalmente el gobierno de López Obrador ha mostrado posiblemente una mayor eficacia en el ejercicio del poder, a los ojos de los electores, lo que hace que ellos premien a este partido.

La otra hipótesis —cómo la simpatía político-partidaria afecta o distorsiona la evaluación de los electores que, al estar identificados con un partido político, juzgan de manera positiva la labor del gobierno en turno— muestra que los simpatizantes de un partido serían inmunes a las críticas vertidas contra éste y que, por ende, su percepción no sería modificada. Sin embargo, como se observa en la intención de voto por López Obrador, encontramos que tanto simpatizantes del PAN y del PRI, así como de otros partidos, podrían votar por él si fuera candidato a la presidencia, amén de aquellos posibles electores que se definen como no simpatizantes de “ningún partido político”, pero que en un posible proceso electoral sí votarían.

De esta manera se puede plantear, por un lado, que en la decisión de voto los electores tomarán en cuenta la posibilidad de ponderar posibles beneficios con respecto a posibles costos, pero que, por otro, dicho enfoque valorativo podría ser contradicho por el hecho de que la adhesión a un partido político puede causar que el elector no vote por un candidato dado, por idóneo que sea, si éste no pertenece al partido de su predilección. Ya en otros casos se ha probado que la buena labor de un candidato, como gobernante, es capaz de hacer que simpatizantes de un partido opuesto voten por él en función de sus características positivas y su buena gestión.

Recibido el 28 de abril de 2004

Aceptado el 7 de junio de 2004

Bibliografía

- Bandura, Albert, 1996, "Teoría social cognitiva de la comunicación de masas", en Bryant Jennings y Dolf Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*, Barcelona, Paidós.
- Becerra, Ricardo, Pedro Salazar y José Woldenberg, 2000, *La mecánica del cambio político en México: elecciones, partidos y reformas*, México, Cal y Arena.
- Campbell, Angus, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes, 1964, *The American Voter*, New York, John Willey and Sons.
- Downs Anthony, 1957, *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper and Row.
- Fiorina, Michael, 1981, *Retrospective Voting in American National Elections*, New Haven, Yale University Press.
- Kuschick, Murilo, *El marketing político-electoral en la elección intermedia del 2003* (manuscrito inédito).
- Lagroye, Peter, 1994, *Sociología política*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson y Hazle Gaudet, 1960, *El pueblo elige*, Buenos Aires, Paidós.
- Lipset, Seymour, 1997, *El hombre político. Las bases sociales de la política*, México, REL.
- Luque Teodoro, 1996, *Marketing político*, Barcelona, Ariel.
- Moreno, Alejandro, 2003, *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Neumann, Bruce, 1997, *The Marketing of The President*, Thousands Oaks, Sage.
- Parsons, Talcott, 1988, *El sistema social*, Madrid, Alianza Editorial.