

**PERFIL DEL ELECTOR
NEOLEONÉS**

PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

© Coedición Comisión Estatal Electoral Nuevo León / Universidad Autónoma de Nuevo León

© Comisión Estatal Electoral Nuevo León
Avenida Madero 1420 poniente,
64000, Monterrey, Nuevo León, México
www.cee-nl.org.mx

© Autores: Carlos Javier Vázquez Ferrel, Claudia Liliana Garza Urquidy,
Esthela María Gutiérrez Garza, Jesús Cantú Escalante, José Luis Berlanga Santos,
José María Infante Bonfiglio, Manuel Yarto Wong, Pablo Flores Rodríguez,
Silvia Panszi Artzán.

Primera edición: octubre 2009
ISBN : 978-607-433-267-4
ISBN : 978-607-7895-00-8
Editado e impreso en México

Ejemplar de distribución gratuita, prohibida su venta.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1	
Bases teóricas del estudio sobre el perfil del electorado neoleonés	15
<i>José Luis Berlanga Santos</i>	
<i>Carlos Javier Vázquez Ferrel</i>	
CAPÍTULO 2	
Perfil del elector neoleonés	65
<i>Jesús Cantú Escalante</i>	
<i>Pablo Flores Rodríguez</i>	
<i>Esthela Gutiérrez Garza</i>	
<i>Silvia Panszi Artezán</i>	
<i>Manuel Yarto Wong</i>	
CAPÍTULO 3	
El votante neoleonés: El partidista, el personalista y el inconforme	91
<i>Jesús Cantú Escalante</i>	
<i>Claudia Liliana Garza Urquidy</i>	
CAPÍTULO 4	
Interés por la política e identificación partidaria	119
<i>Esthela Gutiérrez Garza</i>	
<i>José María Infante Bonfiglio</i>	
CAPÍTULO 5	
La familia y los medios en la cultura política del neoleonés	153
<i>Silvia Panszi Artezán</i>	
<i>Manuel Yarto Wong</i>	
REFLEXIONES FINALES	175

¿Qué influye al elector neoleonés al decidir por quién votar? ¿Qué interés tiene el ciudadano por los asuntos públicos? ¿Qué opinión le merece la democracia? ¿Cuál es su postura ideológica? y ¿Cuál es el valor más importante para el votante neoleonés? Son cuestionamientos fundamentales y a su vez complejos para analizar y dar a conocer a la ciudadanía neoleonesa.

La transformación del Estado actual en un Estado mayormente democrático, donde fluyan las acciones de la sociedad y sean traducidas en participación ciudadana, es uno de los objetivos fundamentales de la Comisión Estatal Electoral; por ello, en la búsqueda de la construcción de ciudadanos comprometidos, este órgano electoral presenta el *Perfil del elector neoleonés*, un estudio que destaca el interés y conocimiento sobre los procesos electorales y la democracia en el estado de Nuevo León, así como la introspección a valores y percepción de política y actores políticos; usos y costumbres del voto, y experiencias significativas para la vida democrática.

En el año 2008 realizamos dicho estudio en conjunto con la Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (EGAP), la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad de Monterrey (UdeM), y la Universidad Regiomontana (UR). De ese estudio surge la presente publicación, la cual tiene como finalidad que la ciudadanía neoleonesa conozca la percepción de sus conciudadanos, logre una identificación con los mismos y contribuya a fomentar el conocimiento, el interés y la participación en los espacios públicos.

El libro está organizado de manera amena para el lector. En la introducción se describe brevemente cada una de las participaciones de los académicos; en el primer capítulo se presentan los principales enfoques teóricos referentes a los determinantes y factores del sufragio; en el segundo se muestra el estudio empírico, la encuesta y los principales hallazgos; el tercer capítulo realiza un análisis de la información obtenida para determinar el perfil del elector neoleonés (si la decisión de su voto fue por un partido político, por el candidato o por la propuestas de gobierno); en el cuarto

capítulo se estudian los datos de la encuesta para conocer el interés del ciudadano neoleonés para con la política y los asuntos públicos; el quinto capítulo nos habla del papel de dos agentes elementales de socialización política: la familia y los medios de comunicación; por último, las reflexiones finales, en las cuales se plantean los retos y perspectivas que pretende el análisis de los resultados.

Finalmente dejo constancia de los valiosos aportes y colaboración de los académicos de las diferentes universidades: Carlos Javier Vázquez Ferrel, Claudia Liliana Garza Urquidy, Esthela Gutiérrez Garza, Jesús Cantú Escalante, José Luis Berlanga Santos, José María Infante Bonfiglio, Manuel Yarto Wong, Pablo Flores Rodríguez y Silvia Panszi Artezán. Un agradecimiento especial al Dr. Víctor A. Zúñiga González, Comisionado Ciudadano Secretario de la Comisión Estatal Electoral, responsable directo de este trabajo.

Lic. Eduardo S. Guerra Sepúlveda

Comisionado Ciudadano Presidente

Comisión Estatal Electoral Nuevo León

INTRODUCCIÓN

Las elecciones son fundamentales para la democracia. Para que un país se pueda presentar como democrático necesita cumplir requisitos elementales, mostrar credenciales básicas. Y aquí entra la cuestión electoral. Si en un régimen político no hay elecciones limpias, competitivas y periódicas, la democracia falta (Shumpeter, 1983). Por lo menos estos tres indicadores deben ser satisfechos para hablar de que existe democracia, así sea mínima, en un Estado-nación.

Para Bobbio (1996), <<la única manera de entenderse cuando se habla de democracia [...] es considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen *quién* está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué *procedimientos*>> (p. 24). En el mismo ámbito electoral, Dahl (1993) plantea como requisitos mínimos los siguientes: 1) Funcionarios electos. 2) Elecciones libres e imparciales. 3) Sufragio inclusivo. 4) Derecho a ocupar cargos públicos. En pocas palabras, quienes gobiernan son electos. La democracia es lo contrario a la autocracia que implica autoelegirse, o bien ser jefe político por derecho hereditario o de conquista. En contraste, en la democracia los gobernantes se escogen vía elecciones libres y correctas (Sartori, 2003).

En todas las definiciones de democracia se incluye como elemento indispensable, aunque no siempre suficiente, la presencia de elecciones limpias y confiables. En el caso de México éstas son muy recientes; la democracia electoral con la que se cuenta es frágil e incipiente. Para avanzar en otros ámbitos y construir una democracia integral, que incluya además de la elección de las autoridades, el ejercicio de gobierno y el control ciudadano del poder, además de la universalidad de los derechos sociales más elementales, como la salud y la educación, entre otros, es menester proteger lo que hoy se ha logrado.

El 2 de julio de 2000 se dio la alternancia en la Presidencia de México. Un partido de oposición venció en las elecciones al partido hegemónico, quien gobernó el país durante 71 años. Fue un proceso gradual que implicó sucesivas reformas electorales. La transición mexicana inicia a finales de los

setenta, cuando un México plural y diverso no encuentra correspondencia con las instituciones y con las prácticas políticas de aquel entonces (Becerra, Salazar y Woldenberg, 2000).

A diferencia de la mayor parte de las transiciones en otros países, en México la transición fue votada (Merino, 2003). En efecto, las transiciones suelen ser pactadas por las élites políticas. En México, no hubo tal acuerdo entre las fuerzas políticas relevantes, y entonces fueron los ciudadanos, mediante el voto, los que lograron la alternancia en el Ejecutivo federal.

Nuevo León, en cierto modo, fue un estado precursor de estos cambios. Desde 1997, hubo alternancia en la gubernatura. Bajo un sistema de partidos fundamentalmente bipartidista, la competencia es real en el estado. La prueba más sólida de que existe democracia electoral en algún lugar es la incertidumbre. Si no se sabe con certeza quién va a ganar las elecciones, como es el caso de Nuevo León, hablamos inequívocamente de un esquema democrático.

De tal suerte que los protagonistas, los actores principales, los sujetos de una democracia son los ciudadanos. Son ellos y nadie más los que definen quiénes van a ser las personas que ocuparán los principales puestos públicos. El votante, pues, es una figura muy destacada en toda democracia electoral.

En las democracias consolidadas, Estados Unidos y Europa occidental, los estudios para tratar de descifrar las actitudes, percepciones, conocimientos y comportamientos del votante son parte esencial del proceso electoral. En Estados Unidos a partir de las elecciones presidenciales de 1948, hace ya seis décadas, se realizan sistemáticamente encuestas pre y post electorales que permiten a los investigadores sociales contar con datos fundamentales para <<probar sus hipótesis, maximizar la excelencia metodológica, medir muchas variables y promover comparaciones longitudinales en grupos poblacionales, contextos y tiempo>> (ANES, 2009).

El Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Michigan se encargó de la realización de sondeos y encuestas en 13 elecciones presidenciales y de medio término, entre 1952 y 1976, a partir de ese momento la responsabilidad la asumió la organización Estudios Electorales Nacionales (ANES, por sus siglas en inglés American National Elections Studies), cuyas bases de datos son del dominio público a través de las instalaciones del Consorcio Interuniversitario de Investigación Política y Social. La ANES nació en 1977 con el apoyo financiero de largo plazo de la Fundación Nacional de Ciencias.

Esta base de datos pública y disponible libremente para cualquier interesado permite la realización de los más diversos y sofisticados estudios

desde las más diversas disciplinas e intereses; lo mismo investigadores sociales, que periodistas, políticos, asesores y estrategas políticos, profesores y estudiantes, acceden y trabajan con la información disponible en la red.

Ante la convocatoria de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (CEENL) a las cuatro universidades neoleonesas (Universidad Autónoma de Nuevo León, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Universidad de Monterrey y Universidad Regiomontana) para participar en un estudio preelectoral y la escasa investigación científica de campo que sobre este tema se realiza en México, los investigadores involucrados la consideramos una oportunidad inmejorable para, al menos, despertar la inquietud en el estudio del tema.

En la medida de lo posible tratamos de replicar el esquema norteamericano: construir colectivamente un cuestionario que permitiera recoger la información de campo; la CEENL definió las características del levantamiento; los investigadores nuevamente participamos colectivamente en el procesamiento y análisis de la información; y, posteriormente, abrimos el espacio para que cada uno, en lo individual, investigara con mayor profundidad los temas de su interés.

El resultado es este libro, que en el capítulo uno plantea las bases teóricas del *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*. El objetivo del capítulo es comprender al votante desde la literatura existente sobre comportamiento electoral. Comprenderlo implica conocer los determinantes de su decisión electoral. ¿Por qué vota como vota? Hay factores de largo aliento, estructurales, estrechamente interconectados: identificación partidista, ideología, aspectos sociodemográficos. Hay también factores de corto plazo, coyunturales, relacionados con las campañas electorales: las cualidades del candidato, los temas de campaña, el modo en que se da la comunicación política, las evaluaciones retrospectivas y prospectivas de los votantes, la manipulación del voto vía la compra o la coacción. El comportamiento electoral, en suma, es complejo y multifactorial.

Asimismo, en el capítulo se aborda el tema de la cultura política. Analizar al votante implica adentrarse en sus actitudes hacia la democracia: sus apoyos y lealtades, sus percepciones y opiniones, los conocimientos que posee; en su interés y entusiasmo por la política, en sus vínculos con los demás, con la comunidad, en su decisión de votar o no votar; en sus principios y valores, en las experiencias políticas significativas que lo han marcado. No se puede dejar de lado, en suma, la dimensión político-cultural si se quiere entender a los votantes.

En el capítulo dos se presentan los principales hallazgos de la investigación de campo, donde destacan entre muchos otros, que el neoleonés en su mayoría (52%) considera que la democracia es más importante que el desarrollo económico; el 54% considera que vivimos en una democracia en el estado y el 59% está satisfecho con su desempeño. Sin embargo, el 58% considera que sí es factible cometer fraude en las elecciones; y únicamente un 17% asistió a algún evento político de campaña y de éstos las dos terceras partes son simpatizantes de un partido político.

También llama la atención que en general el 27% de los encuestados consideran que no reciben suficiente información para decidir su voto y el porcentaje se eleva a más del doble (59%) entre los jóvenes de 18 a 24 años.

Dado que la CEENL solicitó que los resultados del levantamientos se tradujeran en tres universos de estudio: Nuevo León, el área metropolitana y el resto del estado, se levantaron en total 1,600 encuestas entre el 9 y el 20 de octubre de 2008, de las cuales 1,000 fueron en el área metropolitana de Monterrey y las demás en el resto del estado. La encuesta se aplicó cara a cara a domicilio y la selección de la muestra se llevó a cabo en cuatro etapas: distribución de la muestra en las secciones electorales de la zona, seleccionadas aleatoriamente, con base en la cartografía de secciones electorales del IFE; selección aleatoria de manzanas de cada una de las secciones seleccionadas; selección aleatoria de 10 viviendas, como máximo por manzana; y una persona por cada una de las viviendas seleccionadas. El margen de error en todos los casos es entre el 0.5 y el 3.6% y el nivel de confianza es de 97% para el estado y de 95% para los otros dos universos.

El capítulo tres brinda al lector algunos elementos para entender al elector neoleonés desde una óptica más activa, es decir, se analiza a los electores que ejercen su derecho a votar, bajo tres perfiles particulares: los que votan principalmente por las coincidencias de sus posturas con las del candidato (propuestas de gobierno); por su identificación con el partido político (identificación partidaria); o por las cualidades del candidato (imagen).

El lector encontrará las diferencias sustanciales que existen en los perfiles de cada uno de ellos, tanto en la forma en que apoyan y se comprometen con la democracia y sus instituciones; como en la manera en que se informan y adquieren conocimiento sobre la política y los procesos electorales. El capítulo también analiza estos perfiles a la luz de las teorías existentes de la sofisticación política del votante para tomar su decisión y del tipo de cultura política.

El capítulo cuatro indaga sobre todas las dimensiones de las relaciones entre el interés por la política y la identificación partidaria y ofrece una perspectiva que podrá ser ampliada y completada en posteriores trabajos.

La mayoría de los ciudadanos neoleonese parecen sentirse más cómodos en posiciones intermedias, sin que esto signifique despreciar la presencia de núcleos donde tanto la identificación como el interés son un fuerte motivo para la participación política. En las relaciones entre otras dimensiones, la complejidad impide un resumen sencillo, por lo que es preferible remitirse al texto completo para adquirir una visión más acabada.

A su vez, el capítulo cinco aborda la influencia que tienen la familia y los medios de comunicación en la decisión del voto. El capítulo revisa los resultados obtenidos en el trabajo de campo a la luz de la teoría existente y realiza algunas comparaciones con otros estudios similares.

El libro pretende arrojar un poco de luz sobre el tema; pero, sobre todo, busca mostrar la importancia de profundizar en la investigación del elector mexicano y neleonés y generar la inquietud de autoridades electorales, investigadores, autoridades universitarias y ciudadanía en general para impulsar un proyecto permanente de mayor aliento en la materia.

Para superar las debilidades y limitaciones, consolidar las fortalezas y aprovechar las oportunidades se requiere un mayor y mejor conocimiento del actor principal de la democracia: el ciudadano y más en su faceta de votante, la forma básica y más extendida de participación.

REFERENCIAS

- Becerra, Ricardo; Salazar, Pedro y Woldenberg, José (2000). *La mecánica del cambio político en México: Elecciones, partidos y reformas*. México, D.F.: Cal y Arena.
- Bobbio, Norberto (1996). *El futuro de la democracia*. 2ª ed. México, D.F.: FCE.
- Dahl, Robert (1993). *La democracia y sus críticos*. 2ª ed. Barcelona: Paidós.
- Merino, Mauricio (2003). *La transición votada. Crítica a la interpretación del cambio político en México*, D.F.: FCE.
- Sartori, Giovanni (2003). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus.
- Shumpeter, Joseph (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Tomo II. Barcelona: Orbis, especialmente parte cuarta, caps. 20-23.
- American National Election Studies (2009) *What is ANES?* [Recuperado en <http://www.electionstudies.org/overview/overview.htm>, el 11 de septiembre 2009]

CAPÍTULO 1
BASES TEÓRICAS DEL ESTUDIO
SOBRE EL PERFIL
DEL ELECTORADO NEOLEONÉS

BASES TEÓRICAS DEL ESTUDIO SOBRE EL PERFIL DEL ELECTORADO NEOLEONÉS

José Luis Berlanga Santos
Carlos Javier Vázquez Ferrel

Las elecciones son un requisito básico de la democracia. En México, la transición a la democracia se ha dado a partir del voto: de la libre elección de los gobernantes. Un rol importante, así, en la forma de gobierno democrática le corresponde al votante. ¿Pero quién es el votante? ¿Por qué vota como vota? ¿Cómo se da ese proceso por medio del cual decide su voto? Comprender al votante es un asunto sumamente complejo. Vale la pena citar *in extenso* a Alejandro Moreno (2003):

Entender al votante no sólo es entender sus decisiones, si irá o no a votar en una elección y por quién lo hará, sino también lo que precede a esas decisiones y lo que resulta de ellas. Entender al votante es compenetrarse en sus adhesiones partidarias, en su ideología, en su sistema de creencias y en las bases sociales que las respaldan; en el interés y la atención con que sigue los asuntos políticos; en sus fuentes de información y en las predisposiciones y prejuicios que le ayudan a entenderla y procesarla; en sus percepciones y opiniones acerca de los candidatos, de los partidos y de los gobernantes; en su propensión a ser persuadido o a persuadir a otros acerca de por quién votar; en sus evaluaciones acerca de las condiciones del país y de su ámbito personal y familiar; en sus expectativas; en sus valores políticos y sus actitudes hacia la democracia; en su nivel de tolerancia y en su capacidad de coexistencia política; en suma, en la manera como ve el mundo de la política con los símbolos, las ideas y las imágenes que tiene a su alcance (pp. 12 y 13).

Justamente es a través de esta multiplicidad de dimensiones como puede abordarse el fenómeno del votante. En el presente trabajo se presentarán las bases teóricas del *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*. El texto se divide en dos grandes apartados: los determinantes del voto y la cultura política. Fueron las dos dimensiones que fundamentaron teóricamente

al estudio empírico. A través de ellas se pudieron agrupar las diversas variables e indicadores que se consideraron pertinentes para intentar medir el comportamiento electoral del ciudadano de Nuevo León. La dimensión sobre los determinantes del voto¹ ayuda a presentar los factores de corto y largo plazo que influyen en el elector a la hora de emitir su voto. Esta revisión teórica le servirá al lector para conocer la multiplicidad de aspectos involucrados en las conductas electorales y los diversos enfoques que tratan de explicar y predecir de alguna manera el comportamiento de los votantes. La otra dimensión tiene que ver con la cultura política. El examen teórico de este tema y de los conceptos relacionados (participación ciudadana, ciudadanía, valores de la democracia y socialización política) proporcionará a los lectores un entendimiento más profundo del votante, al situarlo dentro de un contexto más amplio: el de la forma de gobierno de la cual forma parte. Si bien esta dimensión es más subjetiva y ambigua que la dimensión de determinantes del voto, no por ello es menos importante para obtener una buena radiografía del electorado.

LOS DETERMINANTES DEL VOTO

En este apartado se intenta responder a la pregunta ¿cómo decide su voto el elector? En primer lugar se abordan los enfoques teóricos más relevantes sobre el comportamiento electoral. Cada uno de ellos enfatiza ciertos aspectos de la decisión del voto. La revisión de estos enfoques ayudará a contar con el cuadro completo de dichos aspectos y obligará a asumir una posición respecto a la perspectiva teórica más adecuada para el *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*. Para fines expositivos, los factores que inciden en la decisión del votante se dividen en aquéllos que son de largo plazo y aquéllos que son de corto plazo. Los primeros tienen mayor permanencia en el tiempo. Los segundos son de carácter coyuntural vinculados a las campañas electorales. En ese orden se examinan en el apartado (primero los de largo aliento y luego los coyunturales). Después, se relacionan las variables revisadas con el acto de votar. Se trata de ver de qué modo se conecta cada factor o variable con la decisión de voto. Por último, se repasa muy brevemente la literatura sobre determinantes del voto en México, con el propósito de enmarcar nuestro estudio en las investigaciones empíricas que se han hecho en el país.

1 El término <<determinantes del voto>> es retomado de Moreno (2003). No significa, por supuesto, que haya factores que expliquen la decisión de voto de manera definitiva o concluyente. Alude más bien a aquellos aspectos que inciden de un modo importante en la decisión de por quién votar. La conexión con el voto es probabilística, no determinista.

Escuelas teóricas

Hay consenso entre los investigadores de que son tres los principales modelos que explican el comportamiento electoral: el modelo sociológico (Columbia), el modelo psicosocial (Michigan) y el modelo *rational choice* (Virginia) (Montecinos, 2007; Hoskin, Masías y Galvis, 2005; Moreno, 2003). El primer modelo enfatiza el impacto del proceso de socialización de los votantes desde la familia, las amistades, el lugar de trabajo y la colonia o barrio. Las variables sociodemográficas (edad, género, clase social, nivel de escolaridad, entre otras) juegan un papel importante. En la década de los cincuenta, aparece el libro fundacional de este enfoque: *Voting* de Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld y William McPhee (1954), académicos de la Universidad de Columbia. Uno de los argumentos centrales de esta perspectiva teórica es que los diversos contextos sociales tienen sus propios parámetros y códigos específicos, lo que hace que la información política que reciben los electores se procese de un modo muy particular. En *The People's Choice* de 1944, la obra precursora del modelo sociológico del voto, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1969) afirman: <<una persona piensa en términos políticos, según son sus términos sociales. Las características sociales determinan las preferencias políticas>> (p. 27). Es en este sentido como se condiciona la conducta electoral de los ciudadanos.

La segunda perspectiva teórica, la escuela de Michigan, surge a inicios de la década de los sesenta con la publicación de *The American Voter* de Angus Campbell, Phillip E. Converse, Warren E. Miller y Donald Stokes (1960). Este modelo enfatiza el rol de las campañas electorales y la comunicación política en la decisión del votante. Las cualidades del candidato, los temas o *issues* de campaña y la identificación partidaria son los elementos determinantes del voto. El modelo construye <<cadenas>> de hipótesis que interrelacionan estas variables para explicar los resultados de cada elección. Estas cadenas forman, metafóricamente, un <<embudo de causalidades>>: <<que formalizan las relaciones implícitas>> entre cada uno de los elementos. Por ejemplo, las preferencias sobre determinadas políticas públicas específicas, las posturas del candidato frente a determinados *issues* y la identificación partidaria, por mencionar algunas variables, integran una secuencia de causalidades del voto. Y a partir de los datos arrojados por las encuestas electorales, el enfoque psicosocial explora en esta secuencia la relevancia que cada variable posee en las decisiones electorales de los ciudadanos. Como la metáfora bien lo ilustra, no hay un único punto de partida definitorio del sentido del voto; sin embargo, la identificación partidaria es un concepto que integra múltiples

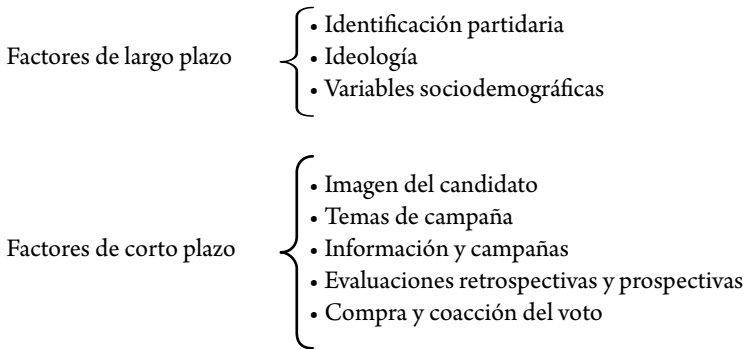
elementos históricos y contextuales, lo cual le brinda estabilidad en el tiempo y una capacidad para interrelacionarse con los otros elementos (Miller y Shanks, 1996).

El tercer enfoque teórico, el de la elección racional (*rational choice*), aparece con la obra *An economic theory of democracy* de Anthony Downs (1957). Allí se plantea que los electores actúan <<económicamente>>, es decir, realizan análisis costo-beneficio para maximizar su interés individual. La premisa es que el ser humano es racional y egoísta. Los planteamientos de la elección racional desafiaron a los dos anteriores enfoques con el siguiente cuestionamiento: ¿Es racional que un ciudadano asuma costos significativos en atención, tiempo y recursos para allegarse de información suficiente y participar en unas elecciones donde muy probablemente el sentido de su voto será insignificante respecto al resultado final? Este enfoque responde que votar podría asumirse como un hecho irracional. Lo que busca el *rational choice*, entonces, es descubrir y explicar los objetivos que pretenden alcanzar los individuos al votar. Para ello, asume a los determinantes del voto propuestos por la Universidad de Michigan, como ideología, *issues* de campaña, carisma del candidato, entre otros, como <<atajos cognoscitivos>> (Tversky y Kahneman, 1974) que evitan al ciudadano promedio invertir tiempo y recursos consumiendo enormes cantidades de información. A su vez retoma los postulados del enfoque de la Universidad de Columbia y explica cómo los individuos que pertenecen a un contexto político-social particular persiguen propósitos políticos específicos, pero posiblemente diferentes de los de otros contextos. El enfoque teórico de la elección racional, al tomar en cuenta los <<atajos cognoscitivos>> de la corriente psicosocial y la perspectiva sociológica de Columbia, acerca en cierto modo a las tres escuelas explicativas del comportamiento electoral (Carmines y Huckfeldt, 1996).

El *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* toma aspectos de los tres enfoques. Se parte del supuesto de que el fenómeno del comportamiento electoral es multidimensional: abarca lo social, lo psicológico y lo racional. En cierta medida, se privilegiará el modelo de Michigan por ser más equilibrado que los otros: no se inclina tanto a las estructuras sociales como el de Columbia, ni cae en el individualismo exacerbado del *rational choice*.

De los tres principales enfoques sobre el análisis del votante, se extrajeron las variables utilizadas en el estudio. Se dividen, como ya se mencionó, en variables de largo plazo y variables de corto plazo. Estos factores pueden conectarse clara y directamente con la decisión de votar (de cualquier tipo de electorado, en este caso sería el neoleonés). En la siguiente figura se muestran:

Figura: determinantes del voto



Fuente: Elaboración propia

Factores de largo plazo

Los factores de largo aliento son aquellos que perduran a través del tiempo, que son estables y persistentes. La identificación partidista, la ideología, y los aspectos sociodemográficos son las principales variables de largo plazo que determinan el voto. Estas variables, a su vez, se interrelacionan estrechamente.

Identificación partidaria

En *The American Voter* (1960), Campbell, Converse, Miller y Stokes definieron la identificación partidista como <<la orientación afectiva del individuo hacia un grupo-objeto en su ambiente>> (p. 121). Sostuvieron que esta identificación tendía a permanecer en el tiempo y a explicar el comportamiento político de las personas, en general, y la conducta electoral, en particular. Otra definición muy similar sería la siguiente: <<la representación de simpatía o lealtad de una persona hacia un partido político, probablemente adquirida desde la niñez y que muchas veces incrementa su intensidad con el paso del tiempo>> (Flanigan y Zingale, 1991: 29). Las identificaciones partidarias implican vínculos psicológicos que influyen en la manera de interpretar e intervenir en la realidad política. Juega un rol muy importante, por lo tanto, al perfilar la opinión del ciudadano sobre alguna política gubernamental, en la recepción de la información mediática o en la decisión del voto.

La teoría de la socialización es la que le da una mejor cobertura a los orígenes de la identificación partidaria. Plantea que es en el entorno social y familiar del individuo donde se adquieren las lealtades partidistas. Esta lealtad se transmite sobre todo de padres a hijos (Miller y Shanks, 1996). La influencia familiar inicia mucho antes de que se adquiera la edad legal para votar. En *El votante mexicano*, Moreno (2003) señala que seis de cada 10 jóvenes mexicanos, de entre 9 y 16 años de edad, tienen ya cierta simpatía partidaria. También en *Voting*, Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954) muestran empíricamente que más del 75% de los electores de Elmira, Nueva York, votaron igual que sus padres en la elección presidencial de 1948 en los Estados Unidos. De allí surge otro dato interesante: mientras los factores socioeconómicos, religiosos y de estatus permanezcan semejantes, inclusive reforzados de generación a generación, una amplia porción del electorado con identificación partidaria, sin importar la edad, sostendrá el patrón del voto hereditario; es decir, las simpatías partidarias de padre a hijo difícilmente variarán.²

¿Cómo se mide la identificación partidista? A través de la autoclasi-ficación de los encuestados. Se divide conceptual y empíricamente en dos componentes: 1) la dirección: hacia cuál de los partidos existentes apunta esa adhesión, y 2) la intensidad: qué tan fuerte o débil es la identificación (Moreno, 2003). El número de categorías (opciones de respuesta) es muy importante porque en función de éste se evalúa con mayor precisión la solidez de la identificación partidaria (Campbell, Converse, Miller y Stokes, 1960).

La identificación partidaria puede cambiar. Los individuos la modifican conforme adoptan múltiples roles en la sociedad e interactúan más allá del núcleo familiar. Flanigan y Zingale (1991) muestran con datos empíricos cómo se realinean las preferencias partidistas entre los votantes independientes: muy rara vez se identifican con el mismo partido de elección a elección, un 79% cambia su voto. Los independientes con tendencia hacia algún partido en específico le siguen a los independientes en volatilidad. Como era de esperarse, los simpatizantes fuertes son los que menos probabilidades muestran de cambiar su voto de elección a elección, sólo un 2% lo hace.

Por lo demás, la identificación partidaria es un concepto que no necesariamente debe coincidir con el sentido del voto. Alude más bien a una estabilidad en el tiempo, debido a las estructuras psicológicas arraigadas en

2 Se entiende como voto hereditario la influencia de la tradición política de una generación que se mantiene sobre las convicciones políticas de la siguiente.

la historia personal de cada individuo, que hacen de esta variable un factor importante para decodificar la realidad política (Miller y Shanks, 1996).

Cambios considerables en la identificación partidaria pueden suceder en épocas de importantes migraciones entre el campo y la ciudad, después de eventos políticos de consecuencias significativas o desempeños gubernamentales que marcan fuertemente a algún partido político (Miller y Shanks, 1996). En esta dinámica, también van incorporándose nuevos electores en busca de símbolos y referentes políticos de los cuales apropiarse, y que pueden chocar con el antecedente familiar. De igual modo, en un contexto electoralmente inestable y con variados temas políticos a discusión, muchos partidos políticos buscarán atraer a los ciudadanos con una menor intensidad de identificación partidaria (los independientes), que son los que más varían su voto; esto puede ocasionar una reducción en el porcentaje de ciudadanos con una fuerte identificación partidista (Flanigan y Zingale, 1991).

Aunqu en la dinámica de las elecciones intervienen numerosas variables determinantes del voto, la identificación partidaria es la que mayor estabilidad demuestra en el tiempo, además de que les brinda a los individuos los referentes simbólicos para actuar en la realidad electoral. Otra variable permanente es la ideología. Se examina a continuación.

Ideología

Desde el estudio pionero de *Voting* (1954), se ha mostrado que las orientaciones ideológicas son herramientas importantes para el comportamiento electoral. Proveen a los votantes de una imagen simplificada de la realidad político-electoral, facilitando, así, el proceso de decisión del voto. Por ideología debemos entender un conjunto de ideas, posiciones y formas de ver el mundo. De alguna manera, se configura una concepción de la sociedad, una concepción del individuo y una concepción de la política. Asimismo, el concepto de ideología se vincula con los principios y fines que guían la labor de un gobierno. Las ideologías etiquetan, en un sentido valorativo, eventos históricos, acciones y propuestas de los actores políticos. A su vez, la ideología brinda a los ciudadanos los referentes políticos necesarios para emitir juicios a futuro sin la necesidad de allegarse de enormes y costosas cantidades de información.

La ideología se puede dividir en tres ejes: político, moral y económico. Tradicionalmente, habría dos bandos ideológicos: la izquierda y la derecha. En el terreno político, la izquierda estaría más a favor de las libertades públicas y de los derechos humanos, mientras que la derecha estaría más a

favor del orden y de la seguridad. En los temas de índole moral, la izquierda favorecería la despenalización del aborto, el matrimonio entre homosexuales y la legalización de ciertas drogas; en cambio, la derecha se opondría tajantemente a estas medidas en aras de la defensa de valores tradicionales y religiosos. La división más típica se da en la cuestión socioeconómica: la izquierda enfatiza la distribución del ingreso y el papel preponderante del Estado en la economía, en contraste con la derecha que acentúa la creación de la riqueza y el papel fundamental del mercado y de la iniciativa individual como motores de la esfera económica (Moreno, 2003). El electorado suele inclinarse más hacia el centro. Por ello, los partidos y candidatos buscan en sus estrategias electorales mostrar una imagen <<centrista>> y moderada (Downs, 1957).

Las ideologías desempeñan una función articuladora de posturas coherentes frente a diversos aspectos de la vida social. En *The American Voter* se propone el término <<estructura de actitudes políticas>> (Campbell, Converse, Miller y Stokes, 1960), que implica a por lo menos dos o más creencias u opiniones relacionadas ideológicamente y sostenidas por un mismo individuo. Es decir, si una persona está en contra de la legalización del aborto y del matrimonio entre personas del mismo sexo, tiene ya una estructura de actitudes políticas, puesto que ambas posturas están relacionadas ideológicamente de modo coherente. La existencia de sectores significativos de la sociedad capaces de armar estructuras de actitudes políticas implica un mayor impacto de las ideologías en el comportamiento electoral.

Según Nie y Andersen (1974), hasta cierto punto existe una correlación directa entre mayor educación y la capacidad de articular posturas coherentes en términos ideológicos. La hipótesis de estos investigadores es que cierto nivel de educación implica un acercamiento a diversas fuentes de información, lo cual permite a los ciudadanos darle seguimiento a temas públicos, a posiciones sostenidas por líderes políticos y articular juicios coherentes.

Variables sociodemográficas

Las ciencias sociales han buscado explicar los factores causantes de conflictos que dividen a las sociedades. En *Voting*, Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954) argumentan que en la actualidad hay tres grandes tipos de divisiones políticas: <<1) ocupacional, de ingreso y de estatus social; 2) religioso, racial y étnico; y 3) regional y urbano-rural>> (p.54). En torno a estas divisiones es

que se explora cuál o cuáles son los clivajes³ más relevantes en cada sociedad y en qué medida lo son.

El tipo de estructuración de los sistemas de partido refleja de algún modo los clivajes existentes en cada sociedad (Lipset y Rokkan, 1967). La ciencia política ha puesto un interés significativo en explorar dichos clivajes y las características de las bases sociales de cada partido político. En estos estudios se correlaciona la religión, la región (rural o urbana) y la clase social con la identificación partidaria. Con la información resultante, surge un panorama preciso y sectorizado de las bases sociales de las identificaciones partidarias de los ciudadanos.

La composición social de las identificaciones partidarias impacta, por ejemplo, en las actitudes de los líderes políticos. Cuando un político se dirige a un auditorio, previamente se informa sobre la procedencia de los asistentes, cuáles son sus ocupaciones e inquietudes, el estatus socioeconómico, etcétera, ya que si recaba la información suficiente, tendrá una mejor oportunidad de construir un discurso oportuno, que integre elementos acordes al perfil de los ciudadanos a los cuales se dirigirá. Los partidos políticos y sus candidatos, del mismo modo realizan estudios sobre el perfil del sector de la sociedad al cual buscarán dirigirse. En base a estos resultados construyen una plataforma política llamativa para el sector del electorado al cual buscarán obtener sus votos.

La cuestión sociodemográfica, en suma, incluye aspectos como la edad, el grado de escolaridad, el nivel de ingreso, el género, la religión, lo urbano/rural y las regiones geográficas. La edad, la escolaridad y el ingreso suelen ser las variables de más peso en México (Moreno, 2003). Los más maduros y de menor escolaridad e ingreso se adhieren al partido que duró más tiempo en el poder, mientras que los jóvenes, los más educados y de mayor ingreso se inclinan por otros partidos. El votante rural también tiende a ser más favorable al ex partido hegemónico por encima de los demás partidos. Asimismo, hay patrones regionales de lealtad hacia los partidos. No es lo mismo la zona norte industrializada y desarrollada que la zona sur pobre del país. Y no es lo mismo la región centro-occidente y el Bajío, con una fuerte tradición católica, que el Distrito Federal, mucho más liberal.

Las variables sociodemográficas se conectan directamente con la identificación partidaria, como ya se dijo. Por ejemplo, lo que Moreno (2003) llama <<reemplazo generacional>> (p. 43) ayuda a entender el cambio político en México. En la medida en que nuevos mexicanos alcanzan la

3 Por clivaje debe entenderse la línea de conflicto que divide a los partidarios y opositores de una decisión política.

mayoría de edad, se incorporan al ámbito electoral y se identifican con ciertos partidos. Así, se reemplazan viejas generaciones seguidoras de un partido por nuevas generaciones seguidoras de otro (s).

De igual modo, hay un vínculo estrecho entre los aspectos sociodemográficos y el tema de la ideología. Una vez más la edad es un buen ejemplo: los más jóvenes suelen tener ideas más abiertas y liberales en los asuntos de moral, en contraposición de los más maduros que tienen ideas más conservadoras y fundamentalistas (Moreno, 2003).

Por su parte, Miller y Shanks (1996) matizan la importancia de las variables sociodemográficas. Si bien, argumentan, es cierto que los orígenes de las decisiones político-electorales de los ciudadanos se encuentran en sus rasgos sociodemográficos, esto no implica que el sentido del voto sea un mero reflejo del contexto social de los individuos. Las características sociodemográficas permanecen con estabilidad en el tiempo, sin embargo, conviven estrechamente en un ambiente político altamente dinámico, que otorga a cada variable un peso fluctuante en el tiempo. Por ejemplo, líderes de opinión, candidatos y políticos reinterpretan constantemente eventos del pasado con el objetivo de causar un impacto en el acontecer actual. También, en una campaña electoral el factor determinante del voto puede ser el desempeño económico, mientras que en la siguiente contienda podría ser el replanteamiento de la política exterior hacia una determinada región del mundo o el tipo de liderazgo ejercido por un político en campaña. Miller y Shanks entienden que para comprender los diversos factores que intervienen en el sentido del voto de cada individuo es importante integrar aspectos sociológicos y los componentes psicosociales. Así, después de cada elección y con los datos arrojados por las encuestas, el análisis colocaría en la <<secuencia de causalidades>> a las variables provenientes de ambos enfoques un lugar en razón de su función y relevancia para determinar el voto.⁴

Factores de corto plazo

De lo que Millar y Shanks están hablando es de los factores de corto plazo. Éstos se relacionan principalmente con las campañas electorales. Por lo tanto, son coyunturales y no estructurales como los de largo plazo. Abarcan las cualidades del candidato, los *issues* de campaña, el tipo de comunicación

4 Cfr. supra con el subapartado <<escuelas teóricas>>. Justamente aquí está la crítica del modelo psicosocial de Michigan (donde se ubican Millar y Shanks) hacia el modelo sociológico de Columbia.

política que se genere, las evaluaciones retrospectivas y prospectivas de los votantes, así como la manipulación del voto.

Imagen del candidato

La imagen es un elemento principal de todo proceso comunicativo. No es suficiente la idea (como quería Platón), lo que en un contexto político-electoral equivaldría a las propuestas de campaña, sino también el emisor, o sea la persona (o el candidato), y la emoción que le ponga al comunicar su mensaje (el *ethos* de Aristóteles). Hace por lo menos cuatro décadas que se realizan sondeos preguntando cuáles son las cualidades que los votantes consideran más importantes en un candidato. Los resultados no han cambiado mucho con el transcurso del tiempo: honestidad; competencia; integridad; liderazgo, y energía. Comunicar esas cualidades significa demostrar carácter, credibilidad y dinamismo (Martín Salgado, 2002).

La imagen del candidato, a diferencia de las preferencias ideológicas y la identificación partidaria que son algo abstractas y más o menos constantes en el electorado, es una variable más controlable y manejable. Y puede ser decisiva para atraer un mayor porcentaje de votos. De pronto calificativos como: <<íntegro>>, <<poco confiable>>, <<leal>>, <<impulsivo>>, <<mesurado>>, <<astuto>>, <<ingenuo>>, <<inteligente>>, <<falto de principios>>, <<honesto>>, <<competente>>, <<malhumorado>>, entre otros más, le vienen a la mente al elector cuando analiza el perfil de un candidato.

Estos calificativos se posicionan poco a poco junto a la imagen de los candidatos. Se articulan discursos bien definidos con señales claras a los ciudadanos. Estos discursos son acompañados con imágenes y diversos elementos reforzadores del mensaje que se desea transmitir. Por ejemplo, si se busca posicionar la imagen de un candidato bien instruido y experto en temas ambientales, el candidato mencionará en reiteradas ocasiones que es egresado de una universidad de prestigio y resaltará los proyectos ambientales importantes en los que ha colaborado. Así se irá posicionando la idea de que este candidato es inteligente y con experiencia en temas ambientales.

La mayoría de los expertos en comunicación política coinciden en que es muy importante transmitir confianza y experiencia al grupo receptor del mensaje. Para ilustrar este punto: si se presenta un discurso, es menos importante que sea realizada con base en un lenguaje técnico y sobre temáticas sofisticadas que pocos ciudadanos comprenderán, a que en este mismo discurso se transmita una clara sensación de credibilidad y honestidad

a los receptores del mensaje, ya que el propósito de la comunicación política de los candidatos es atraer la confianza de los votantes (Martín Salgado, 2002). Ésta es una de las razones por las cuales muchos políticos abren su vida personal a la prensa. El político que carece de confianza en amplios sectores de la sociedad, difícilmente logrará que sus mensajes sean recibidos apropiadamente.

La evaluación de los candidatos que realizan los ciudadanos está influenciada por la dinámica de las campañas políticas. Siguiendo con el ejemplo del político experto en el terreno ambiental, su contrincante podría investigar cuál fue la relevancia de los proyectos ambientales en los que trabajó y los resultados obtenidos para la comunidad, cuestionándolo públicamente y modificando su pretendida imagen de una persona con experiencia en el tema ambiental. Esto replantearía la imagen de ambos candidatos en la ciudadanía.

No obstante que los candidatos buscan constantemente crearse una imagen favorable seleccionando ciertos aspectos que los harían ver atractivos a la ciudadanía, es difícil determinar con precisión el rumbo que esta imagen tomará en el fragor de las batallas electorales. Por ejemplo, un determinado candidato que intenta vincular su imagen a la experiencia en el ámbito de la administración pública sería vulnerable al relacionarlo con aspectos negativos de las actividades gubernamentales en las que haya participado. Del mismo modo, un candidato con juventud y que tiene la oportunidad de crearse una imagen con mayor libertad, podría ser un blanco fácil para que sus adversarios le impongan una imagen creada con información desfavorable (Flanigan y Zingale, 1991).

Otro aspecto relevante involucrado en la imagen de los candidatos es el rol que juegan los medios de comunicación. Los equipos de campaña diseñan anuncios cortos para promocionar e imprimirle un sentido específico a la imagen de un candidato, lo cual en alguna medida influye a sectores del electorado. Sin embargo, notas periodísticas con mayor amplitud y más información también constantemente replantean esta imagen a los votantes. Aunque muchas veces los ciudadanos realizan distinciones y etiquetan a los medios de comunicación y retoman la información que ellos requieren para confirmar la imagen de un candidato o moldearla en razón de sus simpatías.

Temas de campaña

Un *issue* es un importante tema para la discusión, un punto en cuestión, un asunto a debatir. Es un concepto multidimensional cuya dimensiones

van desde las utilizadas por los ciudadanos más comprometidos y mejor informados hasta aquéllas que pasan por la mente de los votantes apáticos. Hay *issues* sofisticados acerca de la evaluación de políticas públicas y otros más básicos sobre lo que debe estar en la agenda política (prioridades). *Issue voting* implica una relación de tres sentidos: El votante tiene una orientación hacia el *issue*. El partido también tiene una posición frente al mismo tema. Y el votante tiene una actitud hacia el partido por el que quizás va a votar (Borre, 2001).

Al inicio de las campañas electorales, la mayoría de los ciudadanos tiene opiniones dispersas en relación a múltiples temas públicos. En principio utilizan ideologías y las simpatías partidarias para realizar distinciones entre los candidatos. Conforme transcurren las campañas van posicionándose grandes temas, sobre los cuales los líderes políticos toman una postura bien definida, que los lleva a distinguirse entre sí y a reforzar otras variables como algunas características sociodemográficas o la propia identificación partidaria (Miller y Shanks, 1996). Los pequeños desacuerdos previamente existentes pueden ser absorbidos por la presencia de un potente *issue*, el cual articula las opiniones de sectores significativos de la sociedad (Berelson, Lazarsfeld y McPhee, 1954).

Según Flanigan y Zingale (1991), para que un *issue* surja con fuerza en las campañas electorales se requieren las siguientes condiciones: <<primero, los votantes deberán estar más o menos informados e interesados al respecto del *issue* en cuestión; segundo, los candidatos deben tomar posturas diferenciadas, y fácilmente distinguibles con respecto del *issue*; y tercero, los votantes deben sentirse identificados con las posturas de los candidatos en torno al *issue*>> (p. 124). No obstante, una vez que haya surgido dicho *issue*, éste puede traer distintas consecuencias para los líderes políticos en campaña.

Una de las consecuencias que tienen las campañas electorales basadas en *issues* (llamadas *issue-oriented campaigns*), es que dividen notablemente a la sociedad. Una sociedad dividida puede afectar a los candidatos en campaña en la obtención de votos al existir el riesgo de que se segmenten en partes iguales los votantes ubicados en el centro de la escala de identificación partidaria (o sea, los independientes). Las *issue-oriented campaigns*, además, hacen ver a las plataformas políticas de los candidatos poco atractivas a los ciudadanos que orientan su voto hacia opciones que promueven temas concretos, como por ejemplo ambientales o de género.

El surgimiento de sociedades modernas y post-industriales ha llevado a que los ciudadanos se identifiquen y defiendan causas específicas. Paralelamente a ello se han conformado partidos políticos (llamados *single-*

issue political parties) como una expresión de estas sofisticadas demandas. Estos ciudadanos votan por partidos políticos arraigados a *issues* vinculados, por ejemplo, con políticas ambientales, equidad de género, respeto a los derechos de personas con preferencias sexuales no convencionales, diversidad cultural, grupos étnicos, entre otros. La presencia alcanzada por estos partidos ha llevado a que gobiernos electos se vean en la necesidad de incorporarlos a sus gabinetes con el objetivo de adquirir mayor estabilidad y correspondencia entre Poderes. A cambio, los gobiernos integran a sus planes gubernamentales las propuestas particulares de estos partidos políticos (Inglehart y Welzel, 2009).

La mayoría de los electores, sin embargo, ejercen su voto sin tener el conocimiento sobre cuál es la postura de su candidato al respecto de un tema específico. Para Flanigan y Zingale (1991), lo hacen así porque asumen que sus posturas al respecto de temas específicos son compartidas por los candidatos de sus simpatías. O bien, muchos votantes tienden a seguir las posiciones adoptadas por los candidatos por quienes piensan votar. Ambos autores señalan que es más probable que los ciudadanos sigan los temas de campaña que tendrán consecuencias directas sobre ellos mismos, tales como los relacionados con el campo económico o impedir el retorno de gobiernos considerados como malos administradores. Por su parte, para Miller y Shanks (1996) los votantes también muestran receptividad a ciertos *issues*, perciben cuáles son las problemáticas nacionales, lo cual *per se* no implica el apoyo a una política pública concreta o plataforma electoral que le haga frente. La razón es que encuentran determinadas temáticas muy complicadas como para adoptar al respecto una postura definida. Más bien, los electores suelen atajar estos *issues* al buscar en los candidatos las aptitudes y capacidades que demuestren efectividad suficiente.

Información y campañas

Uno de los argumentos más probados de la literatura sobre el comportamiento del votante es que la mayoría de los ciudadanos está desinformada acerca de los asuntos políticos (Shumpeter, 1983; Downs, 1957). En el electorado hay unos pocos que saben mucho de política, y otros muchos que saben poco o nada de ella. No obstante, la información requerida para la toma de decisiones electorales no tiene que ser demasiada: ¿para qué gastar recursos (tiempo y dinero) en una decisión como el voto si puedo tomarla con el mínimo de información? Esta idea condujo a otra: los votantes hacen un juicio razonado con poca información mediante los llamados *cues* o señales informativas

(Popkin, 1994). Esas señales ayudan al votante a saber si un candidato o una propuesta le gustan o le disgustan.

¿A través de qué medios recibe el electorado mexicano la información política? La televisión, sin duda, es el principal medio. Le sigue, en orden de importancia, la convivencia con familiares, amigos y compañeros de trabajo o escuela. En tercer lugar la radio y en cuarto los periódicos (Moreno, 2003).

Resulta un lugar común escuchar afirmaciones sobre la manipulación que ejercen los medios de comunicación por medio de los mensajes que envían. Esto implica que los medios de comunicación ejercen una influencia determinante sobre la ciudadanía. Sin embargo, existen otras variables involucradas en los procesos de comunicación que intervienen en la conducta política de los ciudadanos. Carmines y Huckfeldt (1996) mencionan que la información de los *mass media* tiende a desvirtuarse debido a cuatro factores: 1) Los ciudadanos no están lo suficientemente atentos a los medios de comunicación como para ser influidos de un modo determinante por ellos. 2) Mensajes intermitentes y en conflicto entre sí tienden a cancelarse el uno al otro. 3) Procesos individuales internos como atención selectiva hacia medios de comunicación específicos y retención de información basada en una predisposición política preexistente, tienden a distorsionar los mensajes de los medios de comunicación y por lo tanto sus efectos. 4) Todo mensaje que se filtre a los ciudadanos está procesado por los patrones de interacción social y comunicación de cada uno de los individuos.

Por otra parte, la investigación sobre los medios de comunicación ha puesto especial énfasis en el rol que éstos juegan en la construcción de las agendas públicas (también denominadas *agenda-setting*). Con base en una gama de noticias enfocada a ciertas áreas, los medios de comunicación refuerzan la atención sobre temas específicos. Así, los ciudadanos emiten una decisión en torno a temas ya preseleccionados. Kinder e Iyengar estudian las consecuencias de esta *agenda-setting*. Parten del supuesto de que los electores carecen de la información suficiente para tomar decisiones sobre los candidatos que se encuentran en campaña. Los medios de comunicación, a partir de la cobertura que realizan, proveen dicha información, los *issues* a considerar en el debate y las categorías para evaluarlos. Ambos investigadores consideran que el éxito de los candidatos y partidos políticos está ciertamente vinculado con esta *agenda-setting* y los criterios de evaluación establecidos. Sin embargo, también mencionan que los resultados de esta vinculación están correlacionados con las preferencias políticas de los mismos ciudadanos (Carmines y Huckfeldt, 1996).

A pesar del alud de información al que están expuestos los ciudadanos, sus preferencias sobre políticas públicas concretas no fluctúan de modo determinante en el tiempo. Según Page y Shapiro (1992), la información recibida <<empuja hacia adelante y hacia atrás>> a los ciudadanos en cuestiones relacionadas con sus preferencias políticas, dejándolos al final con muy pocos cambios. Esto es así porque la mayor parte de los individuos presenta adversidad al cambio significativo. Ambos investigadores reúnen una variada y amplia gama de información para sustentar sus hipótesis. Acumularon más de 10 mil preguntas, que cubrían 50 años, hechas a ciudadanos en los Estados Unidos relacionadas con diversos aspectos sobre preferencias de políticas públicas, repitiéndose exactamente del mismo modo para observar la variabilidad en las respuestas. El 58% de los ciudadanos no cambiaron su opinión sobre las preguntas hechas. Para estos investigadores la conclusión es clara: hay un notable grado de estabilidad en las preferencias de políticas públicas de los ciudadanos; sólo reducidos sectores de la sociedad cambian significativamente sus preferencias.

Evaluaciones retrospectivas y prospectivas

Las evaluaciones que realizan los votantes están divididas en dos planos: retrospectivas y prospectivas. Con base en los estudios sobre conducta electoral de Key (1966), Morris Fiorina, en su libro *The Retrospective Voter* de 1981, planteó que los electores realizan evaluaciones retrospectivas para decidir por quién votar. Los votantes examinan el período inmediato anterior o el último período gubernamental evaluándolo de manera retrospectiva. El análisis de Fiorina se refiere al rol central de los candidatos y la situación económica como determinantes de la opción electoral. De tal suerte que los votantes evalúan retrospectivamente el comportamiento de los candidatos y el desempeño de la economía durante el periodo en que el candidato fue funcionario y usan dichas evaluaciones como elementos de juicio para decidir su voto (Anderson y Dodd, 2002).

Una de las críticas que se hace a esta tesis es que supone que los candidatos forman parte de partidos políticos ya probados en gobierno y cuentan con una experiencia reconocida por la ciudadanía en el ámbito gubernamental. La tesis de Fiorina no considera a políticos del tipo *outsiders* o partidos políticos amateurs en la esfera del gobierno. Las condiciones propuestas en la teoría del voto retrospectivo no están del todo presentes en las democracias actuales, caracterizadas muchas veces por una debilidad institucional de los

partidos políticos y la carencia de políticos experimentados y de carrera en la administración pública (Anderson y Dodd, 2002).

Como reacción a la tesis de Fiorina de que la retrospectiva es determinante para los votantes, Sniderman, Brody y Tetlock plantearon en 1991 una teoría distinta: la votación prospectiva. En su investigación, Sniderman y compañía afirmaron que los electores también tienen la capacidad de realizar evaluaciones a futuro acerca de la capacidad para gobernar de cada contendiente electoral, incluyendo las propuestas de campaña. Los votantes evalúan a cada candidato considerando qué tipo de gobierno instaurarían en caso de ganar la elección. Asimismo, los votantes, después de escuchar las propuestas y programas electorales, calculan el posible desempeño de la economía bajo cada uno de los candidatos e incluyen estas evaluaciones en su decisión electoral.

Según los autores que postulan el enfoque prospectivo, este razonamiento incluye tres componentes: cristalización, diferenciación y polarización. La cristalización plantea que conforme se acerca la fecha de los comicios, los electores elevan su capacidad de comprender claramente las posiciones políticas y económicas de los candidatos. La diferenciación implica que los votantes apoyan a un candidato en particular y al cual evaluarán más favorablemente según reciban mayor información. El concepto de polarización alude a que los electores adquieren la capacidad de diferenciarse entre sí por sus simpatías hacia determinados candidatos (Anderson y Dodd, 2002).

Las evaluaciones prospectivas requieren un desarrollo intelectual mayor por parte del electorado. En este sentido, serían los votantes instruidos y con acceso a fuentes de información, los que tiendan a votar utilizando estos razonamientos. Y al contrario, los menos educados y con un acceso más restringido de información utilizarían menos esta lógica.

Para el caso de México, Ulises Beltrán (2003) menciona que los mexicanos son sensibles al desempeño de la economía. Así emiten un voto retrospectivo. Antes del año 2000 el votante mexicano presentaba una aversión al riesgo para votar por diferentes opciones políticas. Muchas veces se votaba por el mismo partido político por el desconocimiento sobre el posible desempeño económico de las otras opciones políticas. Pese a ello, a medida que diferentes partidos políticos gobernaron otros estados de la república mexicana, la incertidumbre se fue debilitando al tener los votantes mayor información. Se fue adquiriendo la habilidad de emitir un voto en lógica prospectiva al evaluar y construir escenarios sobre el desempeño probable que podrán tener otras opciones en el gobierno.

Compra y coacción del voto

El voto también puede ser manipulado. La manipulación, al contrario de la persuasión, violenta la libertad de las personas: no les permite elegir. En el caso del voto, es a través de la compra y la coacción como se roba la libertad. La compra del voto se podría definir como el intercambio de beneficios materiales por votos. Reparto de dinero, alimentos, textiles, bolsas de cemento, máquinas de coser, máquinas de lavar ropa, bicicletas, útiles escolares, desayunos, almuerzos en el día de la jornada electoral, acarreo en lugares de votación, servicios que provee el gobierno. Por su parte, la coacción del voto podría definirse como el conjunto de actividades que obligan a la persona a votar por un determinado partido o candidato. Si el votante rechaza la <<oferta>> o no cede al mecanismo de presión, habrá consecuencias negativas para él. Estas actividades son muy variadas: violación del voto secreto; entrar a la casilla; invitación de votantes fuera de módulos, confiscación de credenciales de elector; registro de números de dichas credenciales durante el periodo anterior a las elecciones; condicionar la distribución de algún servicio o beneficio gubernamental; amenaza de violencia física o de despido laboral, y ser coaccionado para votar por medio de visitas domiciliarias: toman número de credenciales y profieren amenazas diversas. (Cornelius, 2002).

Entre los factores involucrados en la compra y coacción del voto se encuentran el grado de consolidación de las autoridades electorales y el tipo de vigilancia que realizan para prevenir estas prácticas. También se involucra la cultura política de determinadas comunidades. Donde hay valores democráticos arraigados en las sociedades, pocas oportunidades habrá para que surja la compra y coacción del voto. Otra variable más que interviene es la situación económica de la comunidad. En localidades donde los ciudadanos conviven en un ambiente precario, el voto puede convertirse en un elemento importante de supervivencia.

En México, las instituciones electorales desempeñan un rol importante en la prevención de la compra y coacción del voto. Uno de los más fuertes reclamos de la oposición política al partido antiguamente hegemónico era que su sostenimiento en el gobierno federal hasta el año 2000 se debió en gran medida a la manipulación del voto. Reiteradas denuncias de irregularidades y de los así llamados <<fraudes electorales>> propiciaron desde la década de los setenta numerosas modificaciones electorales con el objetivo de aumentar la confiabilidad en el voto y en las instituciones electorales. Ello generó un sofisticado diseño de organización y candados frente a la manipulación del

voto en México, que elevó la credibilidad en los resultados comiciales. La normatividad electoral y su operación actual funcionan como inhibidores de la compra y coacción del voto en el país (Díaz-Santana, 2002).

Otro factor inhibitor de la compra y coacción del voto son los programas de promoción de la cultura democrática implementados por las autoridades electorales. En ellos se hace énfasis en que el voto es libre, es decir que los ciudadanos emitirán sus decisiones por voluntad propia y sin presiones externas. También se especifica que el voto es secreto, lo que evita posibles represalias por tener ciertas preferencias políticas. Uno de los anuncios televisivos de la autoridad electoral a nivel federal en boca de un ciudadano común recomendaba al respecto: <<nosotros recibimos los regalos, pero no nos comprometemos a votar por ese partido>>. Estos programas refuerzan la convicción de que la decisión de votar recae exclusivamente en el razonamiento de cada ciudadano (Díaz-Santana, 2002).

Relación con el voto

¿Cómo relacionar los factores de largo y corto plazo con la decisión de voto del electorado? A continuación mostramos una tabla que conecta cada una de las variables que se han examinado en este apartado con el voto. Obviamente, las correlaciones no son deterministas sino sólo aproximativas.

Tabla: variables y su relación con el voto

Variable	Relación con el voto
Identificación partidaria	Los electores identificados con un partido tienen una alta probabilidad de votar por los candidatos de ese partido.
Ideología	La coincidencia de las posiciones ideológicas del votante con las ideas u orientaciones percibidas de los candidatos y partidos influye en forma importante en la decisión del voto.
Variables sociodemográficas	Según las particularidades de cada país, habrá aspectos sociodemográficos que determinen más o menos el voto. De modo indirecto, este tipo de variables también influye en la decisión de votar al correlacionarse de una manera estrecha tanto con la identificación partidista como con la ideología.

Variable	Relación con el voto
Imagen del candidato	Si un elector tiene una imagen favorable acerca de un candidato y desfavorable acerca de otro, será altamente probable que vote por el candidato que le gusta más.
Temas o issues de campaña	A mayor concordancia de las posturas del votante con las posturas de los candidatos y partidos respecto a ciertos temas de campaña, mayor la probabilidad de votar por ese candidato o partido.
Información y campañas	A mayor calidad de la información (mínima) que se reciba, mayor la probabilidad de emitir un voto reflexivo.
Evaluación retrospectiva	Las percepciones de un mal desempeño pasado disminuyen las probabilidades de apoyar al partido en el gobierno y tienden a aumentar las posibilidades de votar por un partido de oposición.
Evaluación prospectiva	Las percepciones de un mal desempeño futuro del candidato y/o del partido disminuyen las probabilidades de apoyarlos electoralmente y viceversa: las expectativas favorables tienden a aumentar las posibilidades de voto del partido y/o candidato que las representen.

Fuente: elaboración propia con base principalmente en Moreno (2003).

Determinantes del voto en México

En Estados Unidos, como ya se vio, la literatura sobre comportamiento electoral data desde mediados del siglo XX. En México no es sino hasta la década de los noventa que se empieza a producir literatura sobre el análisis del votante. Dos factores fueron decisivos: el régimen autoritario mostraba signos de apertura y de liberalización política, y la incipiente industria de las encuestas. Por lo mismo del corto periodo que llevan los estudios sobre el electorado mexicano, la producción no es abundante. De todos modos, hay ya muchos trabajos destacados.

Desde la perspectiva del *rational choice*, sobresalen los estudios de Beatriz Magaloni, Jorge Buendía, Alejandro Poiré y Ulises Beltrán (Moreno, 2003; Sarsfield, 2007). Vilalta, Pacheco y Schettino (2005) se ubican en esta línea teórica. Otro grupo de investigadores, más en la tradición de Michigan y de Columbia, son Jorge Domínguez, Alejandro Moreno y Chappell Lawson. Domínguez, junto con James McCann, analizaron las

elecciones presidenciales de 1988. Concluyeron que el electorado mexicano es sofisticado y que evalúa las posibilidades de triunfo de los candidatos para decidir su voto (Sarsfield, 2007). Dos libros importantes fueron compilados por Domínguez (1999 y 2003): el primero (con la colaboración de Poiré) versa sobre elecciones anteriores al año 2000 y el segundo (junto a Lawson) sobre los comicios donde se dio la alternancia presidencial. En este último libro se llega a la conclusión de que el votante mexicano es reflexivo: además de hacer consideraciones estratégicas, analiza las opciones a partir de la información de las campañas electorales. Quizás el texto más completo sobre el tema del comportamiento electoral en México sea *El votante mexicano* (2003), donde Moreno aborda una amplia gama de aspectos del perfil del electorado durante las elecciones presidenciales de 2000. De hecho, este libro ha inspirado en buena medida la elaboración de los fundamentos teóricos del *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*. Por lo demás, mucha de la mejor producción académica sobre el tema no está en los libros, sino en las revistas arbitradas: *Política y gobierno* es, sin duda, el ejemplo más conspicuo. Adicionalmente, Lawson y Moreno (2007) han encabezado encuestas tipo panel aplicadas a las mismas personas en varias rondas. <<El estudio panel México 2000>> fue pionero en este tipo de estudios. También se hizo <<El estudio panel México 2006>>. Estas investigaciones arrojan luz sobre los cambios en las opiniones político-electorales de los mexicanos.

CULTURA POLÍTICA

Conocer al votante, decíamos al inicio del capítulo, implica penetrar en su marco de significados, en su forma de ver el mundo, en su visión de la cosa pública. Ésta es la atmósfera, la condición de posibilidad de las conductas electorales. Por eso, el tema de la cultura política⁵ es imprescindible para analizar el perfil del electorado neoleonés.

En este apartado abordaremos, en primera instancia, el estudio empírico clásico de Almond y Verba sobre el tema. Esto permitirá conocer algunas de las principales categorías que se usan en las encuestas para medir las percepciones y sentimientos que tienen los electores hacia su entorno político. En segundo lugar, examinaremos el concepto de la participación ciudadana. El objetivo es analizar las diversas modalidades en que un ciudadano se involucra en los asuntos públicos, enfatizando el tipo más básico de participación: el ir

5 El tópico de la cultura política se inscribe en una tradición intelectual robusta y muy longeva. Desde la época de la Antigua Grecia (Aristóteles, Platón), pasando por el renacimiento (La Boétie), hasta la modernidad (Montesquieu, Rousseau, Tocqueville), se ha pensado que a cada forma de gobierno le corresponden ciertos valores, cierto tipo de personas. Para un repaso histórico del concepto de cultura política, véase Almond (1998).

a votar. Un tópico muy relacionado es el de la ciudadanía, cuyos elementos serán revisados a partir de la concepción de Marshall. Posteriormente, se abordará la dimensión valorativa de la democracia a través de los valores que más se han intentado medir en las encuestas. Las investigaciones empíricas de Inglehart sobre estas cuestiones serán tratadas con cierto detenimiento. Finalmente, daremos un breve repaso de la literatura sobre cultura política en el caso de México. La idea es contextualizar nuestro estudio realizado en torno a la cultura política de los ciudadanos de Nuevo León.

La cultura cívica

En el terreno de los estudios empíricos sobre la cultura política, destaca el trabajo pionero de Gabriel Almond y Sydney Verba: *The Civic Culture* (1963). Las experiencias históricas que detonaron la investigación fueron el trágico colapso de las democracias alemana e italiana y la inestabilidad de la Tercera República francesa. El principal objetivo del trabajo fue vincular la cultura política con un gobierno democrático estable. La encuesta se aplicó en cinco países: Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Italia y México.

El marco conceptual utilizado en *The Civic Culture* ha tenido una influencia notable en los posteriores trabajos empíricos sobre cultura política. El *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* no es la excepción. El concepto de cultura política que manejaban Almond y Verba subrayaba el conocimiento, los sentimientos y los juicios de valor hacia los sistemas y los procesos políticos. En sus propias palabras: <<La cultura política de una nación es la distribución particular de patrones de orientación hacia objetos políticos a través de los miembros de la nación>>. Las orientaciones se refieren a <<los aspectos internalizados de los objetos y sus relaciones>>. Son tres los tipos de orientaciones: <<1) <orientación cognitiva>, esto es, conocimiento de y creencia acerca del sistema político, sus roles y quienes desempeñan esos roles, sus demandas y sus respuestas; 2) <orientación afectiva>, o sentimientos hacia el sistema político, sus roles, personal y desempeño, y 3) <orientación evaluativa>, los juicios y opiniones acerca de los objetos políticos que típicamente involucran la combinación de valores y criterios comunes con información y sentimientos.>> (Almond y Verba, 1963: pp. 14 y 15).

Así pues, la dimensión cognitiva tiene que ver con conocimientos e información. En los estudios empíricos se le suele preguntar al encuestado sobre si conoce a sus representantes, la duración de los cargos de elección popular, las funciones de los tres poderes y lo relacionado con la cuestión

electoral. La dimensión afectiva, por su parte, tiene que ver con los sentimientos de lealtad y compromiso del ciudadano hacia su régimen político. La variable más usada en las encuestas es el apoyo a la democracia. El respaldo que los ciudadanos dan a la democracia es un componente clave de su sustentabilidad. La experiencia histórica enseña que las democracias fueron derribadas por fuerzas políticas que contaban con el apoyo (o, por lo menos, la pasividad) de una parte importante, y en ocasiones mayoritaria, de la ciudadanía (PNUD, 2004). Por último, la dimensión evaluativa versa sobre las percepciones y opiniones que los individuos tienen de la vida política en su país. Las investigaciones empíricas le piden a los ciudadanos que juzguen, ponderen, evalúen a sus representantes, a las instituciones, a los procesos electorales y, en general, a la democracia en la que viven.

Almond y Verba (1963) clasifican los objetos políticos (a los que se dirigen las orientaciones de los individuos) en cuatro rubros: 1) El sistema político <<en general>>: actitudes hacia el régimen y las autoridades. 2) Los *inputs* o demandas: actitudes hacia otros actores políticos como partidos, grupos de interés y medios de comunicación. 3) Los *outputs* o productos: preferencias sobre los resultados o políticas públicas que producen los funcionarios o administradores públicos. 4) El propio yo en política: actitudes hacia la competencia personal para influir en el sistema.

La combinación de las tres orientaciones y las cuatro clases de objetos políticos generan la siguiente tipología de culturas políticas:

Cultura política parroquial. No hay diferenciación entre la política, la economía y la religión. Los miembros de este tipo de sociedades no conocen su sistema político. No influyen ni en las demandas ni en los productos del sistema. No se consideran competentes para incidir en la política. Este tipo de cultura política es propia de las estructuras políticas tradicionales. (Por ejemplo, las tribus africanas o las comunidades indígenas.)

Cultura política subordinada o de súbdito. Sí se tiene conocimiento del sistema político (el cual sí está diferenciado de la economía y de la religión). Se influye en los *outputs* del sistema, pero no en la formulación de los *inputs*. La autopercepción de ser un ciudadano activo y competente es prácticamente inexistente. Esta cultura política embona bien con los regímenes autoritarios.

Cultura política participativa. Los individuos cuentan con un alto grado de información y conocimiento sobre su sistema político. Se participa activamente tanto en los procesos de plantear demandas como de evaluar los

resultados del sistema. Hay una concepción favorable de uno mismo como agente de cambio en la vida política. Las democracias corresponderían a este tipo de cultura. El modelo de la cultura cívica que proponen Almond y Verba abrevia de la tradición del gobierno mixto (Aristóteles, Polibio, Cicerón). Por ello plantea un tipo de cultura política con <<disparidades equilibradas>>: Un tipo de participación política moderada que concede un grado de discrecionalidad a los líderes políticos y a los agentes del gobierno; un tipo de compromiso con la política que no es ni pragmático ni apasionado, y un tipo de militancia dinámica limitada por las normas de una unidad cívica común (Almond, 1998). El preservar <<actitudes tradicionales y su fusión con las orientaciones participativas conducen a una cultura política equilibrada en la que existe actividad política, participación y racionalidad pero moderadas por la pasividad, tradicionalismo y compromiso con los valores parroquiales.>> (Almond y Verba, 1963: 32).⁶

Respuestas a las críticas

Como en toda obra original, las críticas no tardaron en llegar. Desde el marxismo, se le criticó que se concibiera a la cultura política como determinante de la estructura social y no viceversa. Almond (1998) respondió que la cultura política es una variable tanto dependiente como independiente, tanto causante de la estructura política como causada por ella. Los seres humanos no son tan maleables como sugieren los comunistas. No es cierto que las diferencias actitudinales sean simples consecuencias de las condiciones sociales y de la estructura política.

Desde el *rational choice*, se le objetó que subestimara el papel que juegan los intereses egoístas en el sistema político. Almond (1998) contestó que históricamente resulta falso que la estructura de las instituciones políticas y su legitimidad puedan ser explicadas mediante el interés individualista racional. El patriotismo, la lealtad a la comunidad, los valores religiosos y la tradición son elementos que no se pueden obviar al estudiar la legitimidad de las estructuras políticas (además de los intereses racionales de grupos sociales, étnicos o religiosos).⁷

6 El subrayado es de Almond y Verba.

7 Otras críticas: a) la cultura cívica fomenta la estabilidad política de cualquier régimen, no sólo de la democracia (Peschar, 1994), b) no se atiende con suficiencia a las subculturas nacionales (Craig y Castoriadis, 1989) y c) deja de lado elementos cualitativos muy ricos como el de los imaginarios políticos (Echevoyen, 1998). Para profundizar en las críticas a *The Civic Culture*, véase Almond y Verba (1989).

Sea como fuere, Almond y Verba resaltan la participación ciudadana como un elemento importante en su modelo de cultura cívica. Para fines de nuestro estudio sobre el votante neoleonés, también este elemento resulta significativo. Es menester entonces desarrollar ampliamente ese concepto.

Participación ciudadana

Se puede definir la participación ciudadana como el proceso de apropiación de lo público por parte de la ciudadanía. Al participar en la esfera pública, las instituciones y las leyes ya no son externas al ciudadano, sino que en cierta forma son suyas. Al tener la posibilidad efectiva de participar en la toma de decisiones públicas, el ciudadano es autónomo y libre: interviene en los asuntos que le importan y que afectan su vida. Las instituciones políticas, así, dejan de ser para los ciudadanos un poder extraño que decide por ellos: rígido, inamovible, intocable (Castoriadis, 1998).

Históricamente, se debe enlazar el surgimiento de la participación ciudadana con la democracia ateniense.⁸ Todos los ciudadanos tenían igual derecho a participar en el poder. (Aunque, como se sabe, no todos eran ciudadanos; las mujeres, los esclavos y los extranjeros estaban excluidos). Como lo decía Pericles, líder ateniense del siglo V a.C., cualquiera que tuviera algo que ofrecer a los demás, independientemente de su condición social, formaba parte de la democracia (Tucídides, 1998).

Para Aristóteles (1999), a quien le tocó vivir la democracia griega aunque ya en su etapa de decadencia (siglo IV a.C.), el ciudadano era aquél que se preocupaba por los asuntos de su ciudad, es decir, por los asuntos comunes, por la cosa pública. De este modo, un ciudadano debía involucrarse e interesarse por la política. A mayor interés por la política, mayor probabilidad de que el ciudadano participara activamente en los asuntos públicos.

Con Aristóteles inicia la tradición del republicanismo, una corriente de pensamiento político cuyos valores centrales son justamente la participación ciudadana, el bien común, la virtud cívica.⁹ El espíritu republicano en la actualidad parece languidecer. Los ciudadanos, en general, no parecen mostrar mucho entusiasmo por los asuntos comunes. Así lo indican una gran cantidad de encuestas.

8 Sobre la Atenas democrática, véase a Castoriadis (1998), García Gual (1990), Requejo Coll (1990) y Savater (1992).

9 Esta tradición republicana perdurará hasta nuestros días. Sus momentos estelares fueron la República romana (509 a.C.- 43 a.C.), el surgimiento de las ciudades-repúblicas italianas (mediados del siglo XIII al XVI) y la Revolución norteamericana (siglo XVIII). Algunos de los principales exponentes de esta corriente son Polibio, Cicerón, Marsilio de Padua, Maquiavelo, Harrington y Hannah Arendt. Para profundizar más en el republicanismo, véase a Rivero, (1998) y a Fernández Santillán (1994).

Los resultados de la famosa encuesta *Voting*, aplicada en un pueblo norteamericano, fueron contundentes:

Quizás el mayor impacto de la investigación realista en la política contemporánea haya sido el matizar algunas de las exigencias establecidas para el ciudadano promedio por la teoría normativa tradicional. [...] Se espera que el ciudadano democrático esté interesado y que participe en los asuntos públicos [...] En Elmira la mayoría de la población vota, pero en general no muestran evidencia de tener un interés sólido. [...] Una premisa que subyace a la teoría de la democracia es que el ciudadano está altamente motivado para participar en la vida política. Pero curiosamente una característica del comportamiento electoral consiste en que para un gran número de personas la motivación es débil si no es que inexistente [...] (Berelson, Lasarfeld y McPhee, 1954: pp. 306-308).

Las investigaciones empíricas subsecuentes han confirmado esta poca participación de los ciudadanos estadounidenses (Putnam, 2001; Merino, 1997). En el caso de América Latina, los estudios tampoco muestran una alta participación ciudadana (Informe Latinobarómetro, 2007; PNUD, 2004). Finalmente, en México, los resultados de las encuestas coinciden en indicar una pobre participación política de la ciudadanía (Flores Dávila y Meyenberg, 2000; Durand, 2004; SEGOB, 2005).¹⁰

El *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* parte de la premisa de que la democracia requiere de participación ciudadana. No hay que olvidar que la democracia, en su sentido etimológico, es el gobierno del pueblo (*kratos* = gobierno, *demos* = pueblo). En un régimen democrático, los asuntos públicos le competen en primer lugar al *demos*, a la ciudadanía. Los protagonistas en una democracia son los ciudadanos.

10 Frente al fenómeno de la escasa participación ciudadana, se generan dos posturas: la de los elitistas y la de los participacionistas. Para los elitistas, la tarea de los ciudadanos en una democracia es seleccionar a las élites que los van a gobernar. Más allá de esto su papel debe ser marginal. En cambio, los participacionistas ven a la participación de los ciudadanos como una parte nuclear de la democracia. Participar es un bien en sí mismo: crece la satisfacción con la democracia, mejora la calidad de las evaluaciones al régimen, y aumentan las actitudes prodemocráticas. Para profundizar en el debate entre la democracia elitista y la democracia participativa, véase a Águila (1995), Cohen y Arato (2000), Bachrach (1973) y Berlanga (en prensa).

Ciudadanía

Una definición moderna de la ciudadanía, la podemos encontrar en el ensayo clásico de 1950 de T.H. Marshall *Ciudadanía y clase social*: <<La ciudadanía es una condición otorgada a aquellos que son miembros plenos de una comunidad. Todos los que poseen la condición son iguales con respecto a los derechos y deberes de que está dotada esa condición.>> (Marshall y Bottomore, 2005: 37). La idea es formar parte de una comunidad de ciudadanos en la plenitud de sus derechos. La inclusión se convierte entonces en el motor de la ciudadanía. Rosanvallon señala: <<La ciudadanía se caracteriza [...] por la existencia de un mundo común. Tiene necesariamente en otros términos una dimensión societal. Tocqueville fue el primero en subrayar que la democracia caracterizaba una forma de sociedad y no sólo un conjunto de instituciones y de principios políticos.>> (PNUD, 2004: 52).

Para Marshall, la ciudadanía se compone de tres elementos: civil, político y social. <<El elemento civil está compuesto por los derechos necesarios para la libertad individual de la persona, libertad de palabra, pensamiento y fe, derecho [al] debido proceso legal.>> Las instituciones más vinculadas con los derechos civiles son los tribunales de justicia. <<Por elemento político me refiero al derecho de participar en el ejercicio del poder político, como miembro de un organismo dotado de autoridad política o como elector de los miembros de tal organismo.>> Las instituciones más relacionadas son los congresos y el poder ejecutivo. <<Por elemento social quiero significar toda la variedad desde el derecho a una medida de bienestar económico y seguridad hasta el derecho de compartir plenamente la herencia social y a llevar la vida de un ser civilizado según las pautas prevalecientes en la sociedad.>> Las instituciones más conectadas son el sistema educativo y los servicios sociales (Marshall y Bottomore, 2005: 21 y 22).

A partir de los sucesos de las últimas décadas, Bottomore propone agregar los derechos culturales como otro componente importante del concepto de ciudadanía. Los derechos de las minorías nacionales, de los grupos étnicos, de las mujeres, de los discapacitados, de los homosexuales, deben ser incluidos. (Marshall y Bottomore, 2005). El Informe del PNUD ha recogido las ideas de Marshall y las ha plasmado en el término <<ciudadanía integral>>. <<Hablar de ciudadanía integral es considerar que el ciudadano de hoy debe acceder armoniosamente a sus derechos cívicos, sociales, económicos y culturales, y que todos ellos conforman un conjunto indivisible y articulado>> (PNUD, 2004: 26).

Tipología

La participación ciudadana en las sociedades modernas funciona conforme al entorno político y a la voluntad de los ciudadanos. No hay una tipología única. En cada país, y en cada tiempo y circunstancia, la participación adopta modalidades distintas. En general, se pueden plantear cuatro formas de participación ciudadana: 1) votar; 2) actividades proselitistas en las campañas políticas a favor de algún partido o candidato; 3) acciones comunitarias o colectivas; y 4) las relacionadas con algún conflicto en particular. La participación ciudadana se distingue de otras formas de acción política colectiva como las revoluciones, que buscan destruir el orden existente para crear uno nuevo. Pero tampoco las movilizaciones ajenas a la voluntad de los individuos, como las marchas o manifestaciones organizadas por gobiernos autoritarios, son formas de participación de ciudadana (Merino, 1997).

Lester W. Milbrath, un autor norteamericano de los años sesenta del siglo pasado, propone clasificar a los ciudadanos que participan en tres categorías: los *apáticos*, los *espectadores* y los *gladiadores*. La clasificación se basa en los roles desempeñados en el circo romano de la era imperial. Los gladiadores combatían entre sí con fiereza para complacer a los espectadores, quienes los veían y juzgaban. Esos espectadores, desde las gradas, comunicaban mensajes a los gladiadores y, en última instancia, votaban para decidir quién había ganado la batalla. Los apáticos iban al estadio para ver el espectáculo, pero se abstendían de intervenir. *Mutatis mutandis*¹¹ en la política actual siguen existiendo esos personajes: los *gladiadores* juegan el rol político principal, pero su actuación no tendría ningún sentido si no hubiera *espectadores*. Ellos participan por ejemplo a través de los votos, sin los cuales los *gladiadores* no existirían en la democracia. Y los *apáticos* hacen posible, gracias a su abstencionismo, que el estadio no se desborde y que los que sí participan lo puedan hacer tranquilamente (Milbrath referenciado por Merino, 1997).

Institucionalmente hay diversos mecanismos (se les llama de democracia directa) para que la gente participe más allá de las elecciones: *a*) el *referéndum*: se consulta a la ciudadanía sobre ciertas decisiones que podrían modificar la actuación del gobierno; *b*) el *plebiscito*: se le plantea a la sociedad la elección entre dos posibles *alternativas*; *c*) la *iniciativa popular*: se permite que los ciudadanos participar directamente en el proceso legislativo; *d*) la *revocación del mandato*: se posibilita interrumpir el mandato a aquéllos que ocupan cargos de elección popular; *e*) la *audiencia pública*, el *derecho a la información pública*, la *consulta popular*, los *consejos ciudadanos vigilantes* y los

11 Cambiando lo que haya que cambiar.

cabildos abiertos: se favorece el mantener los canales de comunicación entre gobierno y ciudadanía permanentemente abiertos.

Otras formas de participación ciudadana trascienden la esfera del Estado y sus instituciones (sin por ello romper con el marco legal establecido). Son las que se ubican en la sociedad civil y en los nuevos movimientos sociales (Constantino, 2000). Se trata de ciudadanos que se asocian voluntariamente para perseguir fines públicos y que son altamente independientes del gobierno. Algunos ejemplos: ONG (organizaciones no gubernamentales), grupos de autoayuda, organismos filantrópicos, movimientos reivindicatorios de derechos, etc.

Participación electoral

Sin embargo, aunque los tipos de participación ciudadana son de una gran diversidad y riqueza, vale la pena detenerse en la forma más elemental y básica de participar en una democracia: el acudir a votar. En efecto, la participación electoral es la *conditio sine qua non* de la democracia. Ir a votar contribuye a fortalecer el sistema electoral de cualquier país, es un apoyo, lo legitima. Pero muchos ciudadanos no votan. El tema del abstencionismo es relevante, en general, en las democracias representativas. Y México no es la excepción (IFE, 2008). ¿Por qué la gente vota o no vota? Hay fundamentalmente cinco modelos que intentan responder a esta cuestión (Blais, 2000):

1. Modelo racional. El hecho de votar o no votar depende del comportamiento racional y egoísta del individuo que hace un análisis costo-beneficio para fundar su decisión. El primero en desarrollar este modelo fue Downs (1957).¹² El votante debe calcular los beneficios esperados de acudir a las urnas, en términos de si su voto será decisivo para que su partido o candidato favorito triunfe. Si hay seguridad de que su opción va a ganar o va a perder, entonces su beneficio esperado es nulo. En cuanto a los costos, éstos son esencialmente costos de oportunidad: el tiempo que implica registrarse en el padrón, ir a la casilla y marcar la boleta, así como el tiempo requerido para obtener y procesar la información de las opciones electorales para tomar la decisión de por quién votar. Este modelo de *rational choice* conduce a la <<paradoja del votante>>,¹³ la cual consiste en que pese a que la probabilidad de que el voto sea decisivo en elecciones con un gran

12 Cfr. al inicio del capítulo el subapartado <<escuelas teóricas>>.

13 En inglés: the paradox of voting. Así se le conoce ampliamente en la literatura sobre participación electoral.

número de votantes es muy baja (y por tanto los costos exceden los beneficios), de todos modos la gente vota. Downs trató de resolver la paradoja agregándole a los beneficios el compromiso de mantener la democracia. Blais (2000) señala que la propuesta de Downs se sale del modelo racional porque preservar la democracia tiene que ver con el interés general y no con el interés propio del individuo (la premisa central del modelo). Otro intento de solucionar la paradoja fue el de Riker y Ordershook: ellos añadieron a la fórmula de los beneficios el <<sentido del deber>>, una gratificación psicológica que se recibe por el hecho de votar. El problema, según Blais (2000), es que esto no se ajusta al esquema del *rational choice* porque éste se basa en hacer cosas a cambio de algo, no gratuitas como el comportamiento ético.¹⁴

2. Modelo de los recursos. La decisión de participar se basa en tres recursos principales: tiempo, dinero y habilidades cívicas. Entre más se tengan estos recursos, mayores las probabilidades de ir a votar. Obviamente, el impacto de cada uno de estos recursos depende del tipo de participación de que se trate. En el caso del voto, el dinero no es tan relevante. En cambio, las habilidades cívicas tienen un alto estatus. Brady, Verba y Schlozman plantean que <<los ciudadanos que pueden hablar y escribir bien o que se sienten cómodos organizando y participando en reuniones son más propensos a ser eficientes a la hora de involucrarse en política>> (citados por Blais, 2000). Franklin (2002) le objeta al modelo que no pueda explicar las grandes diferencias en participación electoral entre los países. Así, por ejemplo, los países con alta votación no cuentan con ciudadanos más ricos y educados que los países con baja votación. De hecho, Suiza y Estados Unidos, países prósperos y con un nivel de escolaridad elevado, presentan altas cifras de abstencionismo.
3. Modelo de la movilización. Las redes sociales presionan a los individuos a participar electoralmente. Los ciudadanos desean ser aceptados, valorados y apreciados por los demás. Estas redes incluyen, por un lado, a la familia, los amigos, los vecinos y los compañeros de trabajo, y, por el otro, a los políticos, partidos, activistas y grupos de interés. Rosenstone y Hansen (1993) proponen como solución al abstencionismo en Estados Unidos la movilización de la ciudadanía por parte de los diversos actores del sistema político: <<La gente participa en la política electoral en todas sus formas cuando es movilizada para ello. Cuando

14 Una crítica severa al modelo del *rational choice* puede consultarse en Green y Shapiro (1994).

la movilización política falla, también falla la tendencia de la gente a participar.>> (p. 80). De nuevo, Franklin (2002) critica que no se considere la investigación empírica que compara democracias. En los países europeos, a manera de ilustración, las diferencias de movilización política fueron pequeñas, mientras que las diferencias en participación electoral fueron grandes.

4. Modelo del compromiso psicológico. Entre más interesada esté la persona en la política, más probable de que acuda a votar. Y viceversa, a menor interés en las cuestiones políticas, menor probabilidad de que el ciudadano vote. Hay entonces una correlación estrecha entre las variables <<interés por la política>> y <<participación electoral>>. Por el mismo motivo que la gente no ve el fútbol por televisión si no le gusta ese deporte, es poco probable que salgan a votar si la política no les llama la atención. La crítica a este modelo es que resulta un tanto trivial y que no queda claro qué es lo que se quiere demostrar (Blais, 2000).
5. Modelo de la interpretación sociológica. Los individuos se comportan como miembros de una colectividad. La presión social de amigos y conocidos los induce a votar. Además, sienten la obligación moral como ciudadanos de una democracia de ir a votar. Les preocupa no sólo su propio interés, sino también el interés comunitario. La gente se siente en deuda con la sociedad, por todo lo que ha recibido de ella, y considera el ir a votar como un acto de responsabilidad independientemente de los beneficios y costos (Blais, 2000).

Otro modelo que se pudiera añadir (aunque en parte es una combinación de los modelos psicológico y sociológico) es el que plantea Franklin (2002): el de la *motivación instrumental*. La idea central es que el acudir a votar es una actividad que depende sobre todo del deseo de influir en los resultados de la política. Los principales factores que determinan la participación electoral tienen que ver con el contexto político-electoral y con el tipo de sistema de partidos. Si lo que está en juego es importante, la presidencia o el control mayoritario del congreso o los *issues* en disputa, el votante tendrá una mayor motivación para participar. Así, por ejemplo, las elecciones intermedias en países presidencialistas (como México y Estados Unidos) tienen menor votación que las elecciones para presidente. Otro ejemplo: las elecciones para el parlamento europeo son mucho menos concurridas que las elecciones nacionales. Si hay proyectos o personalidades que despierten emociones fuertes, la participación electoral será mayor que en elecciones de baja intensidad. Por último, una competencia cerrada entre

los candidatos motiva más que una en la que se sepa de antemano quién va a ganar.

Un comentario en torno al carácter cualitativo del voto. El *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* se declara a favor de un voto reflexivo y razonado. Un voto de este tipo contaría con las siguientes características: *a)* juicioso, que pondere y sopesa a los candidatos y sus cualidades personales, sus trayectorias, sus propuestas y sus futuros equipos de gobierno; *b)* diferenciado, que distinga la mejor alternativa según el cargo público que corresponda: presidente, diputados, senadores, gobernador, y que no elija en <<paquete>>; *c)* virtuoso (en clave aristotélica), que busque el interés del país o del estado, y no el personal o de grupo.

En particular, se han hecho diversos estudios sobre el <<voto diferenciado>> (Riba, 2000). El <<votante dual>> es aquel ciudadano que no es fiel a un determinado partido, sino que cambia constantemente el sentido de su voto en función del tipo de elección de que se trate. ¿Cuáles son los motivos de este tipo de electores? Están convencidos de que cada una de las fuerzas políticas es la que mejor defiende sus intereses en el ámbito de sus respectivas competencias. En general, son votantes de ideología centrista que buscan estabilidad y gobiernos fuertes y eficaces. Un segundo motivo es que la necesidad de un cierto equilibrio entre las instituciones les lleva a efectuar un reparto equitativo del poder. Si una fuerza política domina una institución y otra fuerza domina una institución distinta, ambas fuerzas se controlan entre sí y se garantiza un mejor funcionamiento del sistema.

Valores de la democracia

La cuestión electoral, ha quedado claro, es fundamental en un régimen democrático, pero no lo agota. Hay una dimensión simbólica y valorativa que no se puede perder de vista. Así, el concepto de democracia presenta dos dimensiones principales: las reglas y procedimientos, por un lado, y los principios y valores, por el otro. No se puede excluir o mutilar a alguno de estos dos polos. Por definición, la cultura política se vincula más directamente con el tópico de los valores. De ahí que nos concentremos en esta dimensión. El valor fundamental de la democracia es la igualdad política. Éste es el valor que la distingue de las demás tradiciones de pensamiento político.¹⁵ La igualdad política consiste en que todos los ciudadanos tienen

15 Así por ejemplo, el liberalismo enfatiza la libertad individual, el socialismo la justicia social, el conservadurismo el orden, el republicanismo la participación ciudadana y la anarquía la libertad radical.

el mismo derecho a participar en la cosa pública, en los asuntos comunes. Todos pueden alzar su voz, hacerse visibles. En la democracia no puede haber desigualdad o privilegios; los ciudadanos se reconocen como iguales en el ámbito político. Algo que simboliza este valor es el voto. Un ciudadano, un voto, es decir, todos los votos cuentan lo mismo independientemente de las diferencias sociales o naturales.

Otros valores relacionados con la democracia: participación ciudadana, responsabilidad cívica, autonomía personal, tolerancia y pluralidad, no violencia, diálogo y negociación, libertad de asociación, libre debate de las ideas, respeto a la legalidad, transparencia y rendición de cuentas.¹⁶ Los estudios empíricos suelen concentrarse en el valor de la tolerancia y en el valor del asociacionismo. A continuación se da una breve definición de ellos:

Tolerancia y pluralidad. El mundo es diverso, se compone de diversas sensibilidades y deseos. La realidad está conformada por múltiples miradas. Son muchas las tradiciones de pensamiento político que confluyen en los países. Todos estos discursos son legítimos. No hay vara que permita medir o descalificar a alguno. La democracia es <<la coexistencia de la diversidad>> de valores, puntos de vista, ideologías e intereses (Woldenberg y Salazar, 1997: 47).

Libertad de asociación. Los ciudadanos se unen voluntariamente con otros para realizar propósitos en común. Las asociaciones son fundamentales en una democracia: por un lado, le dan vitalidad y energía, y por otro, funcionan como un dique, como un mecanismo de contención frente a los abusos de los gobernantes. Ayudan a disminuir la brecha entre los representantes y los representados. Si no existieran, el riesgo de caer en una tiranía o en un régimen autoritario sería muy alto (Tocqueville, 1957).

Estudios empíricos

En el ámbito de las investigaciones empíricas sobre el tema de los valores y la democracia, destaca el trabajo de Ronald Inglehart y su teoría de la modernización. Desde la aparición de *La revolución silenciosa* en 1977, ha mantenido la hipótesis de que cuando los ciudadanos de los países logran mayores niveles de seguridad (ausencia de guerras y baja delincuencia) y

¹⁶ Para profundizar en los valores de la democracia, puede consultarse Woldenberg y Salazar (1997), Merino (1997) y Berlanga (en prensa).

económica (bienestar y prosperidad), van dejando de lado su preocupación por los valores <<materialistas>> o <<de escasez/supervivencia>> y se orientan hacia otros nuevos valores <<posmaterialistas>> o <<de autoexpresión>>. El otro eje de cambio se ha dado desde los <<valores tradicionales>> a los <<valores secular-rationales>>.

Según Inglehart y Welzel (2006), a partir de datos empíricos arrojados principalmente por la Encuesta Mundial de Valores (WVS por sus siglas en inglés), los valores de autoexpresión tienen una correlación mayor con la democracia que cualquier otra variable, incluidas las variables más utilizadas en las encuestas sobre cultura política y democratización, como el apoyo a la democracia, la confianza hacia las instituciones y la confianza interpersonal y pertenencia a asociaciones.

Los valores de la autoexpresión acentúan la autonomía de uno mismo y la de los demás, impulsando movimientos a favor de los derechos de los niños, las mujeres, los homosexuales, los discapacitados, las minorías étnicas, y propósitos universales como la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable. Cuestionan el autoritarismo de las élites gobernantes y promueven formas de acción cívica generalizada: las personas tienden cada vez más a firmar peticiones y a participar en manifestaciones y boicots. Favorecen la ética en el servicio público. Se vinculan con la autorrealización. Por eso las encuestas correlacionan los valores de autoexpresión con unos niveles relativamente altos de satisfacción con la vida.

El apoyo a la democracia se relaciona estrechamente con los valores de la autoexpresión. Pero muchos que no acentúan los valores de la autoexpresión también apoyan la democracia por motivos instrumentales, como por la creencia de que la democracia implica seguridad, prosperidad y orden. El problema de no apoyar a la democracia por sí misma (motivación intrínseca) es que cuando ella no dé resultados vendrá la decepción.

La confianza en las instituciones es una variable que surge a partir de la obra de David Easton. Desde su enfoque sistémico, Easton (1969) sostiene que todos los sistemas políticos requieren legitimidad para funcionar con eficacia, y la obtienen cuando la comunidad política (ciudadanos, partidos, grupos de interés) apoya al régimen político (gobierno, instituciones, reglas). Sin embargo, para Inglehart y Welzel (2006), una confianza vertical fuerte hacia las instituciones puede contribuir a hacer que la ciudadanía obedezca a un régimen autoritario. Los valores de la autoexpresión implican una orientación crítica hacia la jerarquía y las autoridades. Por ello el vínculo débil y negativo entre las aspiraciones de libertad y la confianza institucional.

Otra variable importante es la confianza interpersonal. Las personas están vinculadas de manera horizontal por medio de diversas redes de interacciones cívicas. Esta variable es el componente principal del capital social, término acuñado por Robert Putnam (2001). El capital social se podría definir como el compromiso ciudadano con los asuntos de la comunidad. Tiene que ver con aspectos de la vida social –redes, valores y confianza– que impulsan a las personas a actuar en conjunto para lograr objetivos comunes. El capital social se refiere a las conexiones sociales, a las creencias compartidas y a la confianza.

La confianza horizontal propicia la cooperación cívica que presiona a las élites a favor de la democratización. Esto explica el vínculo positivo en el nivel societal entre la confianza interpersonal y los valores de la autoexpresión. La crítica de Inglehart y Welzel (2006) al enfoque comunitario de Putnam consiste en advertir que no todos los valores comunitarios y formas de capital social son igualmente importantes para la democracia. Pueden favorecer actitudes autoritarias o xenófobas y generar lazos de dependencia del individuo al grupo.

Finalmente, Inglehart y Welzel (2006) discrepan de la idea de Almond y Verba de que la obediencia a las normas favorece a la democracia.¹⁷ Al contrario, una perspectiva más independiente y emancipadora es lo que requieren la mayoría de los países para ser más democráticos.

Socialización política

¿Cómo cambian los valores? ¿Cómo se modifica la cultura política de las personas? En general, esto se da a través de la socialización política principalmente vía la transmisión generacional y vía las experiencias significativas.¹⁸ La socialización infantil tiene peso en la configuración de las actitudes, creencias y valores de los adultos. Las mismas percepciones políticas de los ciudadanos están condicionadas por lo que se aprendió durante la niñez (Easton y Hess, 1962).

El interés por la política, la identificación partidaria, la ideología, el apoyo a la democracia son todas ellas variables que los padres consciente o inconscientemente le inculcan a los niños. Por ejemplo, si los padres son de ideología de izquierda probablemente los hijos también lo sean. Si en casa

17 Cfr. supra el subapartado <<la cultura cívica>>.

18 Rosenbaum (1975) advierte que hace falta mucho trabajo empírico sobre socialización política (que por cierto no es nada sencillo porque requiere darle seguimiento a los individuos a lo largo de su ciclo de vida) para comprobar su importancia en el tema de la cultura política.

nunca se discute de política, es probable que uno se convierta de grande en un ciudadano apático.¹⁹ Otros agentes socializadores serían la escuela y los medios de comunicación.

En el estudio de Segovia (1977) sobre la socialización de los niños mexicanos, se describe cómo los valores autoritarios se interiorizaban desde muy pequeños. Así, el 51% de la muestra de alumnos de quinto de primaria manifestaron la creencia de que la principal función del presidente es <<mantener el orden en el país>>, mientras que el 30% expresó que <<el presidente satisface todas las expectativas de la gente>>, y el 17% señaló que <<el presidente hace las leyes>>.

En su estudio clásico, Almond y Verba (1963) aceptan que las creencias, valores y sentimientos son fruto de experiencias de socialización. Pero consideran que la socialización y las experiencias políticas de los adultos tienen más peso que la socialización infantil.²⁰

En efecto, las experiencias significativas de los ciudadanos pueden modificar incluso valores y creencias formados desde la infancia. Se podría definir a las experiencias significativas como aquellas experiencias de vida de los individuos respecto a la política, sean procesos o actores políticos, que dejan huella en la memoria, que permanecen en el imaginario del sujeto. Dicho de otra forma, son sucesos o acontecimientos relacionados con la política, a los cuales las personas les atribuyen una alta importancia y que impactan sobremanera en su forma de entender el fenómeno político.

Las experiencias personales acumuladas y el modo de percibir las influyen en el sentido del voto de cada ciudadano. Hay ciertos eventos relevantes en la vida de cada individuo que, inclusive, llegan a marcarlos políticamente, y que influyen significativamente en su participación político-electoral (Miller y Shanks, 1996).

Cultura política en México

Los estudios empíricos sobre cultura política en México inician con el clásico *The Civic Culture* de Almond y Verba (1963). Como conclusión estos autores mostraron que un porcentaje muy bajo de mexicanos podía ser identificado como ciudadano <<participante>>. Las actitudes políticas de los mexicanos no eran favorables a los valores de la democracia. Más bien se

19 Véanse más ejemplos supra en el subapartado <<identificación partidaria>>.

20 Craig y Cornelius (1989) le critican a Almond y Verba que en su estudio sólo hayan tomado en cuenta las experiencias relacionadas con el lugar de trabajo. Debieron considerar el vecindario o la comunidad local, grupos de amigos o experiencias con autoridades.

ubicaban en una <<cultura política de súbdito o subordinada>>²¹, es decir, en una cultura autoritaria. Otro estudio notable fue el de Fromm y Maccoby (1973), *Sociopsicoanálisis del campesino mexicano*. Se hizo la encuesta en un pueblo de Morelos. En lo político, el resultado fue que las tendencias autoritarias predominaban: el fatalismo, la autopercepción de impotencia, el tradicionalismo férreo y la sumisión a la autoridad. El trabajo de Rafael Segovia (1977), *La politización del niño mexicano*, se volvió un clásico en el área de la socialización política. Las actitudes autoritarias ya estaban presentes entre los niños al ser socializados tempranamente en el autoritarismo del régimen. En general, la mayor parte de las encuestas sobre cultura política en las décadas de los sesenta y setenta fueron locales o regionales (Craig y Cornelius, 1989).

En los noventa es cuando surge una mayor cantidad de encuestas nacionales sobre el tema. Los estudios sobre los valores de los mexicanos de Enrique Alduncin son de resaltar. En esta línea temática, y siguiendo el enfoque de Inglehart, Alejandro Moreno ha investigado los cambios valorativos en México. Después de un claro proceso de modernización desde la década de 1980, se puede identificar en la de 1990 una tendencia que marcha en sentido opuesto (más apego a Dios, a la obediencia de las normas, al nacionalismo). Esto podría significar el regreso a valores propios de las sociedades tradicionales como el autoritarismo (Sarsfield, 2007).

Por otro lado, Víctor Manuel Durand Ponte (2004) analizó empíricamente la cultura política de los mexicanos en el periodo 1993-2000. Partió de la premisa de que pese a los cambios institucionales en clave democrática, los mexicanos seguían siendo autoritarios por haber sido formados en el antiguo régimen. Sin embargo, Durand Ponte encuentra algunos cambios democratizadores como el aumento de actitudes favorables a la democracia. Pero estas actitudes coexisten con orientaciones intolerantes y con preferencias por <<líderes fuertes>>.

Una visión optimista, desde el enfoque racional, es la de Cleary y Stokes. Según estos autores, la cultura política mexicana se caracteriza por una alta confianza institucional y una baja confianza en los políticos. Esto es un escepticismo saludable porque es correcto creer que los políticos se comportarán a favor de los intereses de los ciudadanos sólo si pueden ser responsabilizados por su actuación, es decir, si existen restricciones institucionales que regulen su comportamiento (Sarsfield, 2007).

Dignos de mencionar son los estudios empíricos que ha hecho (cuatro hasta la fecha) la Secretaría de Gobernación: Encuesta Nacional de Cultura

21 Sobre este concepto véase supra el apartado <<La cultura cívica>>.

Política y Participación Ciudadana (ENCUP). Se han convertido en referente obligado en la materia. Las encuestas internacionales como las del PNUD, Latinobarómetro, Encuesta Mundial de Valores también deben enunciarse.

La mayor parte de las investigaciones empíricas coinciden en el carácter contradictorio y ambivalente de la cultura política de los mexicanos. Si bien el apoyo a la democracia se incrementa cada vez más, la intolerancia, la falta de confianza interpersonal y la pobre participación ciudadana representan un serio déficit democrático.

Fomentar una cultura política democrática en México con energía y vitalidad resulta una tarea imprescindible. Se debe dar a través de la actuación conjunta de múltiples actores e instituciones. El Estado no puede descuidar más la promoción de los valores cívicos (Berlanga, 2007). Deberán sumarse a la misión las instituciones educativas públicas y privadas, los medios de comunicación masiva, los intelectuales, los partidos, las iglesias, las ONG y la ciudadanía, en general (Peschard, 1994). La democracia, sin lugar a dudas, vale el esfuerzo.

CONCLUSIÓN

De la investigación teórica sobre los determinantes del voto y la cultura política, las dos grandes dimensiones del *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* se desprende que el análisis del votante es necesariamente multidimensional (abarca tanto la cultura política como los determinantes del voto). Bajo ningún motivo se debe mutilar alguna de sus dimensiones so pena de caer en una visión reduccionista del comportamiento electoral.

En lo referente a los determinantes del voto, se encontró en la literatura sobre el voto que hay principalmente tres enfoques teóricos: el modelo sociológico de Michigan, el modelo psicosocial de Columbia y el modelo racional de Virginia. El primero enfatiza los aspectos socio-demográficos, el segundo los aspectos más coyunturales propios de las campañas electorales y el tercero los cálculos costo-beneficio de los individuos.

Otro hallazgo fue que hay factores de largo plazo y factores de corto plazo que inciden en la decisión de voto de los electores. La identificación partidaria, la ideología y las variables sociodemográficas tienen persistencia en el tiempo. La identificación partidaria tiene que ver con la simpatía o lealtad que le profesa el votante a un partido determinado. Con frecuencia esta identificación se transmite de padres a

hijos. La ideología, por su parte, se refiere a la articulación coherente de ideas y de visiones del mundo en torno a los ejes político, moral y económico. También suele ser fruto de la socialización en la familia. Lo sociodemográfico, finalmente, se vincula con la edad, el género, el nivel de escolaridad, la religión, la clase social, el grupo étnico, la región (urbana o rural). Todos estos indicadores se correlacionan en mayor o menor medida con la decisión electoral.

Entre los factores de corto plazo se revisaron los siguientes: imagen del candidato, temas o *issues* de campaña, información y campañas, evaluaciones retrospectivas y prospectivas y la compra y coacción del voto. La imagen favorable o desfavorable del candidato impacta en la decisión de votar. El electorado busca cualidades en los candidatos como la honestidad, la preparación, el liderazgo, la cercanía con la gente, el inspirar confianza, entre otras. Los temas de campaña o *issues* también son un factor relevante a la hora de votar. Depende, en buena parte, del momento histórico por el que esté pasando el país, los temas que serán más sensibles para el electorado. Por otro lado, los medios masivos de comunicación, en especial la televisión, son muy relevantes para informar políticamente al votante. Sin embargo, no se debe subestimar la importancia de las redes sociales como vehículos de comunicación política. La información de calidad es importante para las evaluaciones retrospectivas y prospectivas, variables que embonan bien con el voto razonado y reflexivo. Implican conocer sobre trayectorias de funcionarios y sobre el desempeño económico de los gobiernos. La compra y coacción del voto son formas de robarle la libertad a los electores. Campañas para promover la autonomía del votante y el respeto a la legalidad resultan imprescindibles.

En relación con la cultura política, se encontraron tres aspectos que permiten <<aterrizar>> un concepto un tanto inasible: las orientaciones hacia el sistema político, la participación ciudadana y los valores de la democracia. A partir del estudio clásico *The Civic Culture* de Almond y Verba, se establecieron tres tipos de orientaciones de los individuos hacia su entorno político: las cognitivas (conocimientos, información), las evaluativas (percepciones, opiniones) y las afectivas (sentimientos, apoyo, satisfacción). Esto permite construir indicadores para tratar de medir el nivel de cultura política de algún electorado.

Una cultura política democrática requiere participación ciudadana. El protagonista en una democracia debe ser el ciudadano. Como decía Aristóteles, es ciudadano aquél que se preocupa por los asuntos de la

ciudad, por los asuntos públicos. El interés por la política se convierte entonces en una variable muy relevante. La principal amenaza a la construcción de ciudadanía es el <<privatismo>> (el mostrar interés sólo por los asuntos privados) y la apatía política. Menester es promover la conexión del individuo con su comunidad, lo que Putnam denominó <<capital social>>. Todos tenemos algo que ofrecer a los demás.

La participación electoral es la forma más básica de participación ciudadana. ¿De qué depende que la gente acuda a votar? Hay diversas explicaciones: depende de los cálculos costo-beneficio que hacen los individuos (modelo racional), de los recursos con que cuentan –tiempo, dinero y habilidades cívicas– (modelo de los recursos), de la capacidad de movilización de los actores políticos (modelo de la movilización), del interés político (modelo psicológico), del deber cívico o compromiso con la comunidad (modelo sociológico) o del contexto político-electoral y del sistema de partidos (modelo institucional).

Pero la democracia no se agota en lo electoral. Los principios y los valores también son muy importantes. Inglehart, en particular, ha realizado estudios empíricos para mostrar cómo el paso de los valores tradicionales (apego a Dios, a las normas, al nacionalismo) a los valores modernos ha contribuido a fortalecer la democracia. Asimismo, los valores posmaterialistas o de autoexpresión (satisfacción con la vida, autonomía personal, autorrealización) llevan a impulsar la democracia y sus valores como la tolerancia y la libre asociación con los demás.

Los valores tienden a cambiar a través de procesos de socialización política. Principalmente, a través de la familia (aunque la escuela y sobre todo los medios de comunicación también son agentes de socialización relevantes). Y a través de las experiencias significativas: vivencias políticas que marcan al individuo en su forma de entender la vida pública.

El tema del comportamiento electoral presenta diversas vetas por explorar. La campaña presidencial de Barack Obama fue muy innovadora en cuanto a los recursos tecnológicos utilizados. El manejo de las nuevas tecnologías de información (Internet) amerita estudiarse con calma. Sin duda, las campañas electorales (no sólo en Estados Unidos) tendrán como referente la creatividad desplegada por Obama y su equipo. Cómo impactará todo esto al votante está todavía por definirse.

Las campañas negativas sí es un tema estudiado, pero hay instrumentos que no han sido suficientemente explorados como las *push-polls*, encuestas telefónicas sesgadas que buscan desprestigiar al oponente. Si bien en México, este tipo de campañas están prohibidas por la Constitución en televisión y radio, hay muchas otras vías como la Internet para continuar con ellas.

Finalmente, la cultura política ya se estudia de manera consistente a nivel nacional (la ENCUP) en México. Sin embargo, pareciera que los estudios regionales o locales han perdido cierta vitalidad. Es menester promover las investigaciones empíricas a nivel local, sobre todo por la vasta diversidad del país. Y se requieren análisis comparados para distinguir particularidades y patrones en común. El propósito del presente *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* es contribuir, aunque sea modestamente, a enriquecer este tipo de investigaciones.

REFERENCIAS

- Águila, Rafael del (1995). <<Epílogo. El centauro transmoderno: Liberalismo y democracia en la democracia liberal>>, en Fernando Vallespín (ed.), *Historia de la teoría política*, 6. Madrid: Alianza Editorial, pp. 549-643.
- Almond, Gabriel (1998). <<La historia intelectual del concepto de cultura cívica>>, en Rafael del Águila y Fernando Vallespín *et al.*, *La democracia en sus textos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Almond, Gabriel, y Sydney Verba (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- . (1989). *The Civic Culture Revisited*. London: Sage.
- Anderson, Leslie; C. Dodd Lawrence (2002). <<Comportamiento Electoral y Democracia en Nicaragua: 1990-2001>>, *América Latina Hoy*, abril, año/vol.30. Salamanca, España: pp.205-227.
- Aristóteles (1999). *Política*. Décimo octava edición. México, D.F.: Porrúa. Libro primero, Cap. 1 (pp. 157-159), Libro tercero, Caps. 1, 2, 4 y 5 (pp. 197-207).
- Bachrach, Peter (1973). *Crítica de la teoría elitista de la democracia*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Beltrán, Ulises (2003). <<Venciendo la incertidumbre: el voto retrospectivo en la elección presidencial de julio de 2000>>, *Política y gobierno*. Vol. X, núm. 2, pp. 325-358.
- Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld, y William McPhee (1954). *Voting. A Study of Opinión Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: Chicago University Press.
- Berlanga, José Luis (2007). <<Por una cultura política democrática en México: la creación del IFEC (Instituto Federal de la Educación Cívica)>>. Ponencia presentada en el Fórum Mundial de las Culturas, en Monterrey, N.L.
- . (en prensa). <<El concepto de la democracia>>, en Eduardo Villarreal (comp.), *Pretextos*, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, esperado para la primavera de 2010.
- Blais, Andre (2000). *To Vote or Not to Vote: The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. Pittsburg: University of Pittsburg Press.
- Borre, Ole (2001). *Issue Voting: an Introduction*. Aarhus Oakville, CT: Aarhus University Press.

- Campbell, Angus, Phillip E. Converse, Warren E. Miller y Donald Stokes (1960). *The American Voter*, Midway Reprint. Chicago: Chicago University Press.
- Carmines, Edward G. y Robert Huckfeldt (1996). <<Political Behavior: An Overview>> en Robert E. Godin y Hans-Dieter Klingemann (ed.) *A New Handbook of Political Science*. Oxford: Oxford University Press, pp. 223-254.
- Castoriadis, Cornelius (1998). *El ascenso de la insignificancia. Las encrucijadas del laberinto IV*. Madrid: Cátedra / Universitat de València, especialmente <<La democracia como procedimiento y como régimen>>, pp. 218-238.
- Cohen, Jean L. y Andrew Arato (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México, D.F.: FCE, especialmente <<Introducción>>, pp. 21-50.
- Constantino Toto, Mario (2000). <<Participación ciudadana>> en A. A. V. V., *Léxico de la política*, México, D.F.: FCE, pp. 509-511.
- Cornelius, Wayne A. (2002). <<La eficacia de la compra y coacción del voto en las elecciones mexicanas de 2000>>, *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20. México, D.F.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 11-31.
- Craig, Ann L. y Wayne Cornelius (1989). <<Political Culture in Mexico: Continuities and Revisionist Interpretations>>, en Gabriel Almond y Sydney Verba, *The Civic Culture Revisited*. London: Sage Publications.
- Díaz-Santana, Héctor (2002). <<El ejercicio de las instituciones electorales en la manipulación del voto en México>>, *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20. México, D.F.: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 105-110.
- Domínguez, Jorge I., y Alejandro Poiré (comps.) (1999). *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*. Nueva York: Routledge.
- Domínguez, Jorge I., y Chappell Lawson, (comps.) (2003). *Mexico's Pivotal Democratic Election: Campaigns, Voting Behavior, and the 2000 Presidential Race*. Stanford: Stanford University Press.
- Downs, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York: Harper Collins.
- Durand Ponte, Víctor Manuel (2004). *Ciudadanía y cultura política: México, 1993-2000*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Easton, David y Robert D. Hess (1962). <<The Child's Political World>>, *Midwest Journal of Political Science*, vol. VI, núm. 3. Wayne State University Press, pp. 229-249.

- Easton, David (1969). *Esquema para el análisis político*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Echegoyen Guzmán, Alfredo (1998). <<Cultura e imaginarios políticos en América Latina>>, *Metapolítica*, vol. 2, núm. 7, julio-septiembre, pp. 495-511.
- Fernández Santillán, José (1994). *Filosofía política de la democracia*. México, D.F.: Fontamara.
- Flanigan, William H. y Nancy H. Zingale (1991). *Political behavior of the American electorate*. Washington D.C.: Congressional Quarterly.
- Flores Dávila, Julia y Yolanda Meyenberg (2000). *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores de la democracia*. México, D.F.: Instituto Federal Electoral.
- Franklin, Mark N. (2002). <<The Dynamics of Electoral Participation>>, en Lawrence Leduc, Richard G. Niemi y Pippa Norris, *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*. London: Sage.
- Fromm, Erich y Michael Maccoby (1973). *Sociopsicoanálisis del campesino mexicano*. México, D.F.: FCE.
- García Gual, Carlos (1990). <<La Grecia antigua>>, en Fernando Vallespín (ed.), *Historia de la teoría política, 1*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 57-174.
- Green, Donald P., and Ian Shapiro (1994). *Pathologies of Rational Choice Theory: A Critique of Applications in Political Science*. New Haven: Yale University Press.
- Hoskin, Gary, Masías Rodolfo, y Marcela Galvis (2005). <<Modelos de decisión electoral y perfiles de votante en Colombia: elecciones presidenciales 2002>>, *Análisis Político*, vol. 18, núm. 55, pp. 1-23.
- Informe Latinobarómetro 2007. [Recuperado en www.latinobarometro.org, Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro el 20 de septiembre de 2008].
- Inglehart, Ronald y Christian Welzel (2006). *Modernización, cambio cultural y democracia: la secuencia del desarrollo humano*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI.
- . (2009). <<Modernization and Democracy>>, *Foreign Affairs*, vol. 88, núm. 2.
- Instituto Federal Electoral (s/f). Estudio sobre abstencionismo en México. [Recuperado en: http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/vgn_investigacion/estudio_sobre_abstencionismo.htm el 20 de septiembre de 2008].

- Key, V. O., Jr. (1966). *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lawson, Chappell y Alejandro Moreno (2007). <<El estudio panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial>>, *Política y gobierno*, vol. XIV, núm. 2, pp. 437- 465.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson, y Helen Gaudet (1969). *The People's Choice*. 3ª. Ed. New York: Columbia University.
- Leduc, Lawrence, Richard G. Niemi y Pippa Norris (2002). *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*. London: Sage.
- Lipset, S, M, y S. Rokkan (1967). <<Cleavage structures, party systems and voter alignments>>, en S. M. Lipset y S. Rokkan (ed.), *Party systems and voter alignments: Cross-national perspectives*. New York: Free Press, pp. 1-64.
- Marshall, T.H. y Tom Bottomore (2005). *Ciudadanía y clase social*. Buenos Aires: Losada.
- Martín Salgado, Lourdes (2002). *Marketing político: arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.
- Merino, Mauricio (1997). *La participación ciudadana en la democracia*. México, D.F.: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, núm. 4.
- Miller, Warren E., y J. Merrill Shanks (1996). *The New American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Montecinos, Egon (2007). <<Análisis del comportamiento electoral: de la elección racional a la teoría de redes>>, *Revista de ciencias sociales*, vol. 13, núm.1, pp. 1-23.
- Moreno, Alejandro (2003). *El votante mexicano*. México, D.F.: FCE.
- Nie, Norman H. y Kristi Andersen (1974). <<Mass Belief Systems Revisited: Political Change and Attitude Structure>>, *Journal of Politics* 36.
- Pacheco Ernesto, Carlos Vilalta y Perdomo y Macario Schettino (2005). *Una contribución a la teoría de la elección racional sobre los elementos de evaluación, percepción y voto*. México: ITESM.
- Page, Benjamin y Robert, Shapiro (2001). <<Rational Public Opinion>>, En R.G. Niemi y H.F. Weisberg (ed) *Controversies in voting behavior*. A Division of Congressional Quarterly Inc. Washington D.C. pp.164-171.
- Peschar, Jacqueline (1994). *La cultura política democrática*. México, D.F.: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, núm. 2.

- Popkin, Samuel L., (1994). *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. 2ª ed. Chicago: Chicago University Press.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2004). *La democracia en América Latina: hacia una democracia de ciudadanos y ciudadanas*. 2ª ed., Buenos Aires: Aguilar/Altea/ Taurus/Alfaguara.
- Putnam, Robert (2001). <<Tuning in, tuning out: The strange Disappearance of Social Capital in America>>, en Richard G. Niemi y Herbert F. Weisberg, 1993, *Controversies in Voting Behavior*. Washington: Congressional Quarterly Press, pp. 38-68.
- Requejo Coll, Ferran (1990). *Las democracias. Democracia antigua, democracia liberal y Estado de Bienestar*. Barcelona: Ariel.
- Riba, Clara (2000). <<Voto dual y abstención diferencial: Un estudio sobre el comportamiento electoral en Cataluña>>, *Reis*, núm. 91, Universitat Pompeu Fabra, pp. 59-88.
- Rivero, Ángel (1998). <<El discurso republicano>>, en Rafael del Águila y Fernando Vallespín *et al.*, *La democracia en sus textos*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 49-72.
- Rosenbaum, Walter (1975). *Political Culture*. London: Nelson.
- Rosenstone, Steven J. y John Mark Hansen (1993). <<Solving the Puzzle of Participation in Electoral Politics>>, en Richard G. Niemi, y Herbert F. Weisberg, *Controversies in Voting Behavior*. Washington: Congressional Quarterly Press, pp. 69-82.
- Sarsfield, Rodolfo (2007). <<La racionalidad de las preferencias políticas en México: Estudios de opinión pública y comportamiento electoral>>, *Política y gobierno*, vol. XIV, núm. 2, pp. 143-171.
- Savater, Fernando (1992). *Política para Amador*. Barcelona: Ariel, especialmente cap. 4.
- Secretaría de Gobernación (2005). *Encuesta sobre cultura política y prácticas ciudadanas*. [Recuperado en www.gobernacion.gob.mx/encup/ el 4 de septiembre de 2008].
- Segovia, Rafael (1977). *La politización del niño mexicano*. 2ª ed. México, D.F.: El Colegio de México.
- Shumpeter, Joseph (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Tomo II. Barcelona: Orbis.
- Tocqueville, Alexis de (1957). *La democracia en América*. 2ª ed. México, D.F.: FCE, especialmente Vol. II, segunda parte, Caps. 5 y 7 (pp. 473-475 y 480-483).

- Tucídides (1998). *Historia de la guerra del Peloponeso*. 5ª ed. México: Porrúa. Especialmente Libro II, Capítulo VII <<Discurso de Pericles en loor de los muertos>>.
- Tversky, A. y Kahneman D. (1974). <<Judgment under uncertainty: heuristics and biases>>, *Science, New Series*, Vol. 185, No. 4157, American Association for the Advancement of Science, p. 1124-1131.
- Woldenberg, José y Luis Salazar (1997). *Principios y valores de la democracia*. 3ª ed. México, D.F.: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, núm.1.

CAPÍTULO 2

PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

Jesús Cantú Escalante
Pablo Flores Rodríguez
Esthela Gutiérrez Garza
Silvia Panszi Artezán
Manuel Yarto Wong

Principales hallazgos

En el estudio cuantitativo sobre el perfil del elector neoleonés se identifican las siguientes características, percepciones y motivaciones principales.

Al analizar el interés y conocimiento sobre el estado de la democracia y los procesos electorales en Nuevo León y en México, se percibe la existencia de la democracia a nivel nacional (49%), estatal (54%) y municipal (57%). Y el espíritu democrático del neoleonés se refuerza con el rechazo a los gobiernos autoritarios para alcanzar el desarrollo económico (52%).

Respecto al funcionamiento de la democracia, se muestra un incremento de satisfacción en cuanto crece la cercanía: país (52%), estado (59%) y municipio (61%). Y en relación al desempeño de los funcionarios, hay una aceptación (59%) a que se sirvan del puesto siempre y cuando cumplan sus funciones.

Los asuntos electorales son el ámbito de mayor oportunidad de trabajo ya que pese a los avances realizados –más de la mitad de los encuestados (57%) dice vivir en democracia– existe la percepción de la factibilidad de fraude en las elecciones (58%).

Al vincular la introspección de los valores del ciudadano con su percepción de la política y los actores políticos, se observa que se alimenta la cultura democrática en el espacio íntimo de las relaciones personales y de manera primordial con la pareja (47%) y los amigos (47%) y quedan subordinados los espacios institucionales del trabajo (38%) y la escuela (15%).

En el marco del desempeño de las instituciones para el fortalecimiento de la democracia destaca la alta valoración que recibieron los medios de comunicación (66%) y las universidades (56%).

En otra arista de las instituciones y sus actores, la gran mayoría opina que en los últimos no ha habido avances significativos ni en la corrupción (46%), ni en la rendición de cuentas (28%), pero existe un reconocimiento positivo a los esfuerzos realizados respecto al acceso a la información y la transparencia gubernamental. Casi la mitad de los neoleonéses (43%) considera que se ha avanzado mucho o algo en este aspecto.

Se observa que la cercanía aumenta la percepción de que el rumbo que se lleva es el correcto, lo que se manifiesta en la aprobación del mismo: municipio (33%), estado (28%) y país (24%).

Existe un alto conocimiento de los ciudadanos sobre la identidad de sus gobernantes. Ocho de cada diez contestaron correctamente el nombre del presidente de la república (83%) y del gobernador del estado de Nuevo León (86%).

En cuanto a los procesos de decisión para definir el sentido de su voto, son los jóvenes entre 18 y 24 años quienes en mayor medida perciben que no reciben la información suficiente para decidir su voto (59%) contra un (27%) general. Y también, son quienes reciben mayor influencia de la familia al momento de decidir por quién votar (42% vs 36%).

Son los medios de comunicación (31%) y las visitas de los candidatos (30%) influencias importantes para el neoleonés al decidir por quién votar. De lo medios de comunicación, son los noticieros (45%) y los debates en televisión (44%) los que más influyen en el elector.

Se observa un nivel bajo de participación política en instituciones por medio de las cuales pueden influir en asuntos políticos. Además, una minoría de los neoleonés (4%) ha participado activamente en algún evento político de campaña.

En asuntos electorales, una tercera parte vota tomando en consideración el plan de gobierno (34%), otra tercera parte decide su voto en función del partido político (32%) y una tercera más, vota por las cualidades del candidato (31%).

Respecto a las próximas elecciones en el estado de Nuevo León, sólo una tercera parte (31%) de los ciudadanos conoce la fecha en que se celebrarán y existe un desconocimiento de quién es la institución que organiza dicha elección (58%).

Al analizar los procesos sociales que han generado un impacto significativo en la construcción de la conciencia ciudadana, se observa que en su gran mayoría (92%) los encuestados afirman no haber tenido una experiencia, vivencia o acontecimiento significativo relacionado con políticos, gobernantes o autoridades.

Pese al grado de importancia que le dan a la política (58%), la familia (100%), los amigos (87%) y el trabajo (94%) tienen más valor para el neoleonés. Y al comparar el rechazo o aceptación hacia distintos actores, se tiene menor disposición para aceptar como vecinos a políticos (34%).

En la evaluación de la situación económica del país, estado y personal, el ciudadano tiende a ser más positivo u optimista al evaluar la economía desde su ámbito personal.

Al evaluar la postura ideológica del votante con los datos socio demográfico y con sus opiniones sobre problemas específicos, el rechazo de una correlación nos hace considerar cierta confusión ideológica del votante.

Interés y conocimiento sobre los procesos electorales y la democracia en el estado de Nuevo León y en México

La percepción sobre la democracia existente en México, Nuevo León y el municipio son el conjunto de orientaciones evaluativas que se realizan en este apartado, además de conocer el compromiso del votante neoleonés en el apoyo a la democracia. Igualmente se analizan los procesos electorales en general y la percepción que posee el votante sobre la libertad y limpieza de las elecciones en el país y el estado, así como también el concepto de ciudadanía traducido a través del ejercicio de sus derechos y obligaciones.

Democracia

El primer aspecto que se analiza es la percepción ciudadana sobre la existencia de la democracia en el país (49%), el estado (54%) y municipios (57%). Existe una coincidencia de más de una quinta parte (20%) de los encuestados que opinan que no existe en ninguno de los tres ámbitos; sin embargo, entre las personas de 55 años o más el 30% opina que no existe democracia.

Mientras tanto se observa que a mayor ingreso y a mayor escolaridad crece la tendencia a dudar que se viva en democracia.

Apoyo a la democracia

Se observa que a mayor ingreso mayor compromiso con la democracia; en el rango de ingresos familiares mensuales de seis o más salarios mínimos, un (64%) prefiere la democracia a cualquier otra forma de gobierno, en comparación con el (51%) del rango de 0 a 1 salario mínimo.

Más de la mitad de los encuestados (55%) prefiere la democracia por sobre el desarrollo económico, pero un porcentaje importante (40%) opina lo contrario.

A mayor escolaridad crece el rechazo a la afirmación: <<un gobierno autoritario permite alcanzar más rápido el desarrollo económico>>.

En general los encuestados están de acuerdo (59%) en que los gobernantes pueden aprovecharse de su puesto siempre y cuando hagan cosas buenas. Sin embargo, a mayor ingreso este apoyo disminuye.

Los encuestados se muestran satisfechos con el funcionamiento de la democracia. Dicha satisfacción crece en relación a la cercanía: país (52%), estado (59%) y municipio (61%).

Una mayoría de los neoleoneses (58%) considera que las elecciones en el país son fraudulentas en algún grado, y este porcentaje baja (50%) al evaluar las elecciones estatales. Un marcado porcentaje (80%) opina que en el país se puede cometer fraude electoral, y cerca de la mitad (42%) piensa que éste se realiza durante el conteo de votos en las casillas. Una quinta parte (23%) afirma que el fraude podría realizarse en cualquier momento del proceso electoral.

Introspección a valores y percepción de política y actores políticos

La democracia se construye mediante la participación de los ciudadanos en los asuntos políticos, para ello se buscó identificar el interés que tiene la ciudadanía en la política, si comparte su valoración personal y con quiénes. También se buscó conocer el grado de percepción del desempeño de las instituciones para el fortalecimiento de la democracia y la valoración de si el país se dirige en la dirección correcta. Por último, se registró el grado de información que tienen los neoleoneses sobre la identidad de sus gobernantes como un indicador de la expresión de la cultura política prevaleciente en Nuevo León.

Interés en política

En el estado se observa un interés muy bajo de los ciudadanos en los asuntos políticos, pues sólo una tercera parte (33%) muestra mucho o algo de interés en el mismo. En relación a la escolaridad, casi la mitad de las personas con nivel máximo de escolaridad o menos muestran nada de interés en la política (46%) en comparación con los neoleoneses en general (29%).

En congruencia con lo anterior, menos de la mitad de los neoleoneses (41%) fomentan la cultura democrática hablando de política. Se observa que a mayor ingreso y escolaridad el tema de la política es motivo de conversación.

Respecto al espacio personal de comunicación sobre política, resalta el ámbito de la familia, en específico la pareja ya que casi la mitad manifiesta hablar mucho y algo de política (47%). También con los hermanos (38%), hijos (37%) y padres (33%).

Fuera del espacio familiar aparece el grupo de los amigos (47%), los ámbitos del trabajo (38%) y la escuela (15%). Se observa así, que se alimenta

la cultura democrática en el espacio íntimo de las relaciones personales y de manera primordial con la pareja y los amigos y quedan subordinados los espacios institucionales del trabajo y la escuela.

Desempeño de las instituciones

Al analizar el desempeño de las instituciones para el fortalecimiento de la democracia, se encuentra que los medios de comunicación son evaluados de manera algo o muy satisfactoria por dos terceras partes de los neoleoneses (66%), es decir es una institución de muy alto desempeño. En seguida destacan las universidades (56%), las organizaciones de derechos humanos y de la sociedad civil (53% respectivamente), con la excepción de las organizaciones empresariales (45%) que se ubican en el estrato inmediato inferior. Las instituciones que se perciben de mediano desempeño, lo que constituye a su vez un área de oportunidad, son las instituciones de la función pública, como los organismos electorales, y el poder ejecutivo (47% respectivamente), los partidos políticos (46%), y el poder legislativo junto con los órganos empresariales (45%). Las instituciones que aparecen con un muy bajo desempeño son el poder judicial (41%) y los sindicatos (38%), éstos últimos pueden ser considerados como instituciones que alimentan el déficit democrático en Nuevo León.

Sobre las instituciones y sus actores se interrogó sobre cuestiones claves para conocer el grado de consolidación de la democracia. La corrupción es uno de los problemas ante el cual la ciudadanía es muy sensible. Sólo una pequeña parte (4%) opina que, en los últimos cinco años, se ha avanzado mucho, pero casi la mitad (46%) percibe que no se ha progresado nada.

En relación a la rendición de cuentas se registra una percepción muy parecida a la de la corrupción. Sólo una pequeña parte (4%) opina que hay mucho avance y poco más de la tercera parte (39%) percibe que no se ha avanzado nada.

Resultados opuestos aparecieron en relación al acceso a la información y la transparencia gubernamental, donde un mayor porcentaje (14%) reconoce los esfuerzos realizados, aunque un poco más de la cuarta parte (28%) opina que no se ha avanzado nada. En los tres casos el porcentaje restante para alcanzar el 100% opina que se ha avanzado algo.

Así, los ciudadanos reconocen que en los últimos cinco años ha habido avance en relación al acceso a la información y la transparencia gubernamental, pero muy pobres en la reducción de la corrupción y rendición de cuentas.

Se cuestionó sobre si se está de acuerdo en que México, Nuevo León y su municipio van en la dirección correcta, ya que los votantes suelen examinar, retrospectivamente, tanto el comportamiento de los candidatos como el desempeño de la economía, y usan dichas evaluaciones como elementos de juicio para decidir el voto. Es decir, los ciudadanos basan sus expectativas del futuro en lo que observaron en el pasado.

La percepción respecto a la dirección que sigue el país es en general desaprobatoria. Una tercera parte (34%) considera que la dirección no es la correcta, otra tercera parte (39%) tiene una opinión neutral y menos de una cuarta parte (24%) percibe que sí se va en la dirección correcta. Para el estado la percepción es similar (27%, 43% y 28% respectivamente).

En relación a la edad, se observa que son los jóvenes (18-24 años) quienes manifiestan estar más de acuerdo con la dirección que se sigue en el estado (41%) y los de 55 años o más presentan el porcentaje más bajo (25%). Además son los de ingresos de seis o más salarios mínimos quienes registran el más alto grado de desacuerdo con la dirección que sigue el estado (34%) comparado con los neoleoneses en general (27%).

Sin duda el dato relevante lo constituye el rango de los más jóvenes, ya que presenta la mayor aprobación (41%) del rumbo que sigue el estado de Nuevo León.

En cuanto a los municipios, hay todavía una mayor aprobación ya que una tercera parte (33%) opina estar en la dirección correcta contra un poco más de la cuarta parte (28%) que dice lo contrario. Estos datos revelan que la cercanía aumenta la percepción del buen rumbo que se lleva, lo que se manifiesta en la aprobación: municipio (33%), estado (28%) y país (24%).

Cultura política

Con el propósito de conocer la información y conocimiento sobre quién los gobierna, casi la mayoría (83%) sabe el nombre del presidente de la república, siendo los hombres (88%) quienes presentan mayor conocimiento en relación a las mujeres (79%).

Respecto al gobernador del estado, la mayoría (86%) conoce el nombre del mismo. Son los jóvenes quienes presentan el más bajo porcentaje de conocimiento (73%) en comparación con los de 55 años o más (90%).

Se observa que a mayor nivel educativo mayor conocimiento de quienes los gobiernan.

Usos y costumbres del voto

Para identificar los procesos de decisión para definir el sentido del voto del electorado neoleonés se buscó, primeramente, conocer las piezas de información acerca de la política que utilizan los votantes para tomar sus decisiones. También se buscó conocer las actividades que llevan a cabo los neoleoneses para influir en las estructuras de gobierno, en la selección de autoridades o en las políticas gubernamentales. Y finalmente el grado de información y conocimiento con el que cuentan rumbo al proceso electoral de 2009.

Información e influenciadores

Respecto a la información que utilizan para tomar sus decisiones en asuntos políticos, se encuentra que la mayoría de los neoleoneses percibe que recibió la información suficiente para decidir su voto en las últimas campañas electorales (54%). Sin embargo, son los jóvenes entre 18 a 24 años quienes perciben que no recibieron la información suficiente (59%).

En cuanto a la información que requiere el votante neoleonés para decidir su voto durante las campañas electorales, predomina las cualidades del candidato (25%) y las propuestas de gobierno (19%). Aunque una tercera parte no sabe cuál es la información necesaria para decidir su voto (31%).

Respecto a las acciones que se llevan a cabo durante los procesos electorales, la tercera parte (31%) de los neoleoneses consideran ilegal que un candidato visite su casa para dar a conocer sus propuestas, mientras que casi la mitad (48%) percibe de la misma manera el que se le invite a una asamblea o mitin para apoyar a un partido político. La mayoría (95%) considera ilegal que los medios de comunicación favorezcan a un candidato o partido político.

La mayoría de los neoleoneses sí identifica las actividades tipificadas como ilegales como difamar o calumniar a un candidato (96%), transportar a la gente a votar (87%), y que un partido político dé regalos para promover sus actividades (78%).

Otro elemento a resaltar es que la familia tiene mucha o algo de influencia (36%) en la decisión de por quién votar en las elecciones. También juegan un papel decisivo los medios de comunicación (31%) y las visitas de los candidatos (30%).

Los jóvenes entre 18 y 24 años son quienes se ven más influenciados por la familia al decidir por quién votar, en comparación con los neoleoneses en general (42% vs 36%). Así también los ciudadanos con ingresos mensuales

familiares de 0 a 1 salario mínimo (57% vs 37%). Estos últimos también son los más influenciados por los medios de comunicación (47% vs 31%) y el partido político (34% vs 23%).

La televisión, prensa y radio son los medios que más influyen en la decisión del elector neoleonés de por quién votar (35%). Seguidos de los medios tradicionales como mítines, carteleras, volantes y artículos promocionales (21%). Internet y el celular como medios alternos (6%) quedan en último lugar.

De los medios masivos, son los noticieros (45%) y los debates en televisión (44%) quienes influyen mucho o algo en la decisión de por quién votar en las elecciones.

En relación al género, se encuentra una mayor influencia en los hombres que en mujeres de los debates televisivos (24% vs 16%), la prensa (19% vs 13%) y los mítines (10% vs. 6%) en la decisión de por quién votar.

Participación en instituciones

En cuanto a la participación ciudadana en las instituciones por medio de las cuales pueden influir en los asuntos de política, se encuentra un nivel bajo. Es decir, en las que cuentan con mayor participación ciudadana se habla poco o nada sobre política y viceversa.

En las agrupaciones religiosas, con una participación del (11%), tres cuartas partes de sus participantes consideran que se habla poco o nada de política (76%). En el sindicato, con una participación del (9%), más de la mitad considera que se habla poco o nada de política (52%) y en las organizaciones de vecinos, colonos, condominios, pensiones y jubilados, con un (8%) de participación, la mayoría de sus participantes consideran que se habla poco o nada de política (54%).

De las instituciones en que se habla de política están las organizaciones de ciudadanos, en donde la mayoría de sus participantes consideran que se habla mucho o algo de política (80%). En éstas participan el (4%) de los neoleoneses. En las organizaciones empresariales se habla mucho o algo de política, de acuerdo a las dos terceras partes de sus participantes (63%) y cuentan con una participación del (2%). Una institución más en la cual se habla de política de acuerdo al (62%) de sus participantes son las agrupaciones profesionales, con una participación del (2%) de los neoleoneses.

Respecto a la edad, la participación política en instituciones es mayor en personas de 55 años o más que en jóvenes entre 18 y 24 años. Tal es el

caso de los sindicatos (13% vs 4%), los partidos políticos (11% vs 2%) y las agrupaciones políticas (6% vs 3%).

En cuanto al grado de involucramiento o apego emocional hacia el fenómeno de la política, se encuentra que casi una quinta parte (17%) de los neoleonenses asistió a algún evento político de campaña durante el último período electoral y sólo un 4% participó activamente. Se observa también que dos terceras partes (66%) de los participantes activos de un evento político de campaña simpatizan con un partido político. Una tercera parte ha participado activamente en un partido político (39%), y una más en instituciones electorales (32%).

Participación electoral

De los neoleonenses que mencionan haber votado en las elecciones presidenciales de 2006 (81%), lo hicieron porque consideran que es su derecho u obligación (71%). Es decir, sienten la obligación moral como ciudadanos. Otros decidieron ir a votar por el deseo de cambio o sentimiento de capacidad de influir en el rumbo del país (22%), relacionado con el interés en la política. Algunos lo hicieron porque apoyaban a un candidato en particular, porque fueron a votar con la familia o les facilitaron ir a votar (5%). Las redes sociales influyeron en su decisión.

De los neoleonenses que votaron, éstos decidieron por quién votar principalmente por el plan de gobierno del candidato (34%), es decir, por la coincidencias de las posturas del votante con las del candidato (temas de campaña). Otra razón fue porque siempre votan por el mismo partido político o votaron por un partido político en particular (32%), relacionado con la identificación partidaria. También se votó por las cualidades del candidato (31%), es decir, por la imagen de un candidato.

Tomando en cuenta la escolaridad del elector, se observa que en las personas con nivel máximo de primaria predomina el siempre votar por el mismo partido (43%) y en las personas con educación técnica, el votar por las cualidades del candidato (39%).

De los votantes que siempre votan por el mismo partido político, lo hacen así por costumbre (42%), por identificación partidaria (25%) y por tradición familiar (24%).

De manera general, se encuentra que casi una quinta parte (17%) de los neoleonenses recuerda algún proceso electoral de manera significativa y sólo un tercio (32%) recuerda algo sobre la elección de 2006. Es decir, son pocos los ciudadanos que atribuyen importancia a una experiencia política.

Información sistema político

Rumbo al proceso electoral de 2009, se analiza el conocimiento e información que el neoleonés tiene de su sistema político. Se encuentra que solamente una tercera parte (31%) conoce la fecha en que se celebrarán las próximas elecciones en el estado. Además, menos de la mitad menciona que se votará para gobernador del estado (48%) en las próximas elecciones y sólo una tercera parte para presidente municipal (31%). Los puestos públicos de diputados federales y locales fueron mencionados por menos de una sexta parte de los neoleoneses.

Aquéllos que nombraron al menos un puesto público a votarse en las próximas elecciones, mencionan que tienen conocimiento principalmente por los medios de comunicación (38%), por el deseo de un cambio (17%) y por las campañas políticas o visitas a sus colonias (11%). Las personas con 0 a 1 salario mínimo de ingreso familiar mensual, mencionan como principal razón de conocimiento sobre las próximas elecciones el deseo de cambio (39%).

Se encuentra que existe un desconocimiento de quién es la institución que organiza la elección a gobernador del estado de Nuevo León, ya que más de la mitad de los neoleoneses no lo sabe (58%). Mencionan a la Comisión Estatal Electoral (15%) y al Instituto Federal Electoral (25%).

Experiencias significativas para la vida democrática

Para conocer los factores determinantes que han dejado huella significativa, el perfil del elector, en su participación y compromiso ciudadano, se han considerado algunos cuestionamientos que nos permitan identificar los elementos de satisfacción, hechos y experiencias relacionados con la política que han marcado la orientación de su vida democrática. Tal es el caso del nivel de satisfacción y orgullo del ciudadano, sus valores, actitudes, preferencias, tolerancias y experiencias positivas y negativas que respaldan su comportamiento ciudadano.

Satisfacción y nacionalismo

Con el propósito de evaluar una de las principales actitudes rectoras de comportamiento ciudadano, se cuestionó el nivel de satisfacción en la vida, encontrándose que la amplia mayoría de los encuestados (90%) se manifiesta algo o muy satisfecho respecto a su vida en términos generales. Igual sucede con el orgullo de ser mexicano (97%).

En su totalidad (100%) los neoleoneseos consideran a la familia como el valor más importante en su vida, seguido por los amigos (87%). Otras opciones fueron: trabajo (94%), escuela (86%) y política (58%). Pese al bajo grado de importancia que le dan a la política, ocupa sin embargo más de la mitad de las respuestas.

Tolerancia

Al evaluar la tolerancia de los encuestados para tener como vecinos a personas que representan a los grupos vulnerables o que son blancos de rechazo social, hay menor aceptación para el drogadicto (4%), el homosexual (38%) y la persona con Sida (43%).

Al comparar el rechazo o aceptación hacia distintas profesiones, se tiene menor disposición para aceptar como vecinos a políticos (34%), contra los deportistas (73%).

Economía

Para conocer sobre aquellos hechos significativos que en el ámbito de la política han experimentado los votantes, se construyó una batería de preguntas para identificar vivencias o acontecimientos significativos relacionados con políticos, gobernantes o autoridades. El paquete incluyó también preguntas sobre la ideología del votante y cuestiones económicas.

En su gran mayoría (92%) los encuestados afirman no haber tenido una experiencia, vivencia o acontecimiento significativo relacionado con políticos, gobernantes o autoridades. Ello permite deducir que los políticos carecen de un impacto significativo en la vida de los ciudadanos. Para éstos, los políticos en la figura de gobernantes o autoridades se encuentran muy distantes de sus vidas.

Asimismo se pone en evidencia una perspectiva negativa en el ámbito económico: la situación económica del país es mala o muy mala (42%), a nivel estatal (35%). Ello nos lleva a considerar que el ciudadano tiende a ser más positivo u optimista al evaluar la economía desde su ámbito personal (20%).

Sobre el futuro de la situación económica del país, el votante teme que empeore (40%), sin embargo a nivel de su economía personal prevé mejoras (46%), nuevamente, el pesimismo en lo macro contrasta con un optimismo notable en lo personal.

Ideología

En el apartado de ideología, a la pregunta explícita de su posición, el votante neoleonés se declara de derecha (47%), de izquierda (13%) y de centro (11%). Otra cifra destacable es el porcentaje de aquéllos que dicen no saber cuál es su postura ideológica (30%).

Al buscar conocer la postura del votante en problemas específicos, los resultados fueron los siguientes: el gobierno debe buscar una mejor distribución del ingreso (77%) a favor; apoya que el porcentaje de impuestos debe crecer conforme al ingreso del contribuyente (61%); está dispuesto a sacrificar sus libertades para combatir la inseguridad (51%); está a favor de que Pemex siga sin la presencia de la inversión privada (62%); apoya la pena de muerte en delitos graves (59%) y se opone a legalizar el aborto (71%) y a los matrimonios entre homosexuales (63%).

Independientemente de cómo se han autocalificado en posición ideológica, los resultados anteriores permiten considerar que mientras en el ámbito político y social las posiciones de izquierda predominan en la ideología de los encuestados, salvo en el caso de la pena de muerte, en cuestiones morales la postura se acerca más a la perspectiva de la derecha.

En relación al salario y el género destacan las siguientes correlaciones: a mayor salario mayor apoyo a la injerencia gubernamental en la distribución de los ingresos. De cero a un salario mínimo (64%) contra (74%) de seis o más salarios mínimos. Otro dato es la proporción de mujeres que rechazan el aborto. Casi 3 a 1. Mientras que en el caso de los hombres la proporción es 2 a 1.

Al cruzar la pregunta explícita sobre la postura ideológica del votante con los datos sociodemográficos y con las preguntas sobre problemas específicos, el rechazo de una correlación nos hace considerar cierta confusión ideológica del votante.

Problemas de México

Para los encuestados, los principales problemas de México son la inseguridad (18%), el narcotráfico y la drogadicción (16%), la corrupción (12%) y la economía (8%). Si consideramos que los tres primeros están estrechamente relacionados, al unirlos y juntar también a la delincuencia y los secuestros el porcentaje crecería a 57%. En el cruce de variables se detecta que a mayor edad y a mayor ingreso, crecen en importancia los temas de inseguridad

y economía, mientras que los grupos jóvenes ponen más atención a la corrupción y el narcotráfico.

Para Nuevo León, al comparar con los datos nacionales no hay variaciones relevantes.

En el ámbito personal, una tercera parte (33%) considera no tener ningún problema relevante en su familia. Ello apoya la idea arriba mencionada de que en el ámbito personal el ciudadano neoleonés tiende a ser más positivo en sus juicios. Al cruzar los datos con las variables demográficas se detecta que, a mayor ingreso, mayor el porcentaje de los que consideran no tener ningún problema en su familia.

Al preguntar cuestiones relacionadas con coerción al voto, los datos confirman los resultados de otros estudios: La gran mayoría dice no conocer a alguien que haya sido coaccionado para votar en favor de algún partido político en las elecciones de 2006 (96%).

En relación al voto unificado o diferenciado en una misma jornada electoral, la mitad de los neoleoneses (59%) afirma votar por el mismo partido político, independientemente del puesto a elegir, contra un porcentaje cercano (44%) que afirma votar por diferentes partidos dependiendo del candidato.

Por último, el distanciamiento con los actores políticos se ratifica cuando el neoleonés (57%) dice no simpatizar con algún partido político. Del 47% restante, un gran porcentaje (87%) considera que su identificación es fuerte en algún grado. La principal causa de dicha identificación es la actuación y el cumplimiento de promesas del partido (16%), seguido por la tradición familiar (16%), la costumbre (13%) y el apoyo del partido a la gente (12%).

NOTA METODOLÓGICA

Población sujeta a estudio

Ciudadanos mexicanos mayores de edad con credencial para votar residentes en el área metropolitana de Monterrey en viviendas particulares.

Fecha de levantamiento

Del 09 al 20 de octubre de 2008.

Selección de la muestra

Se tomó como punto de partida la lista nominal del IFE por secciones y sus resultados. Con esto se distribuyó la muestra en secciones de los municipios de manera aleatoria. La selección se llevo a cabo en cuatro etapas: secciones en la zona, manzana, vivienda y persona.

Tamaño de la muestra

1026 ciudadanos mexicanos con credencial para votar de la Cd. de Monterrey y Área Metropolitana.

Recolección de datos

Las entrevistas se aplicaron de manera presencial en el domicilio del entrevistado.

Margen de error

En todas las estimaciones el margen de error calculado es de 0.5% a 3.6%.

Nivel de confianza

95%

ANEXO I
OPERACIONALIZACIÓN DE LOS CONCEPTOS

DETERMINANTES DEL VOTO

Dimensión	VARIABLES	Ítems*
Factores de largo plazo	Identificación partidaria	Preguntas 28, 52, 53 y 54.
	Ideología	Preguntas 45 (incisos a, b, c, d, e, f y g) y 46.
	Variables sociodemográficas	Preguntas 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62 y 63.
Factores de corto plazo	Imagen del candidato	Preguntas 20 (incisos a y b) y 21.
	Temas de campaña	Preguntas 47 y 48.
	Información y campañas	Preguntas 16 (incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i), 17 (quinze ítems) 18, 19 (cuatro ítems) y 31.
	Evaluaciones retrospectivas	Preguntas 42 (incisos a, b y c) y 43 (incisos a, b, y c).
	Evaluaciones prospectivas	Preguntas 12, 44 (incisos a, b y c).
	Compra y coacción del voto	Pregunta 36 (incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i, j), 49 y 50.

* La pregunta 27 es de carácter general.

Dependiendo de la respuesta implica una de las siguientes variables: identificación partidaria, imagen del candidato, evaluaciones retrospectivas y temas de campaña.

CULTURA POLÍTICA

Dimensión	VARIABLES	Ítems
Orientaciones cognitivas, evaluativas y afectivas hacia el sistema	Conocimientos políticos	Preguntas 13 (incisos a, b, c y d), 29, 30 y 32.
	Percepción sobre la democracia	Pregunta 1 (incisos a, b, c y d).
	Percepción sobre los procesos electorales	Preguntas 5 (incisos a y b), 6 (incisos a y b), 6.a y 22.
	Evaluación de las instituciones	Preguntas 10 (incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k) y 11 (incisos a, b, c)
	Apoyo a la democracia	Preguntas 2 y 3 (incisos a, b, c y d).
	Satisfacción con la democracia	Pregunta 4 (incisos a, b, c y d).
Participación ciudadana	Ciudadanía	Pregunta 3 (incisos e, f, g y h).
	Interés por la política	Preguntas 7 y 8.
	Participación en asociaciones	Pregunta 14 (a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o y p).
	Participación en campañas	Pregunta 15.
	Participación electoral	Preguntas 24 (incisos a y b), 25, 26, 33, 34, 35.
	Voto diferenciado	Pregunta 51.
Valores de la democracia	Tolerancia	Pregunta 40 (incisos a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m y n)
	Experiencias significativas	Preguntas 41, 41.a, 41.b y 41.c.
	Satisfacción con la vida	Pregunta 37.
	Significaciones existenciales	Pregunta 39 (incisos a, b, c, d, e, f).
	Significaciones políticas	Preguntas 22, 22.a y 23.
	Orgullo nacionalista	Pregunta 38.
	Socialización política	Pregunta 9 (incisos a, b, c, d, e).

ANEXO II

ENCUESTA DEL PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

Versión A

N° _____

ENCUESTA DEL PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

Lenado por el encuestador: Municipio Distrito electoral Ageb

Hola, buenos (días / tardes), mi nombre es _____. No represento al gobierno ni a ningún partido político. Estamos haciendo una encuesta con la finalidad de conocer la opinión de las personas acerca de algunos aspectos de la ciudadanía, del país y del estado de Nuevo León. Quisiera saber si me pudiera ayudar usted o algún miembro de su familia a contestar algunas preguntas. Los datos que se proporcionen son totalmente confidenciales y se usan para estudios estadísticos. Agradeceríamos mucho su colaboración.

(NOTA: En el caso de encuestados jóvenes, preguntar SIEMPRE las tres preguntas filtro. En caso contrario, preguntar sobre credencial de elector y dejar preguntas de edad y año de nacimiento para la sección de demográficos)

- Para comenzar, me pudiera decir de favor, ¿Cuál es su edad en años cumplidos? _____ años (Menor de 18 años, agradecer y terminar)
- ¿En qué año nació? _____ (Si menciona del año de 1991 en adelante, agradecer y terminar)
- ¿Tiene usted credencial para votar en el estado de Nuevo León? (Si menciona que **NO** **NS** o **NC**, agradecer y terminar)

SI	NO	EN TRÁMITE	NS	NC
1	2	3	88	99

INTERÉS Y CONOCIMIENTO SOBRE EL ESTADO DE LA DEMOCRACIA Y LOS PROCESOS ELECTORALES EN N.L. Y EN MÉXICO

1. ¿Considera usted que hoy en día, en México, vivimos en una democracia? ¿Y en...? (Preguntar inciso b y c) (Acepta UNA opción por inciso)

	SI	SI, EN PARTE	NO	NS	NC
a. País (México)	1	2	3	88	99
b. Nuevo León	1	2	3	88	99
c. Municipio (en el que reside)	1	2	3	88	99

2. ¿Con cuál afirmación está más de acuerdo? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

1. La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno	1
2. Bajo algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible	2
3. Ambos son los mismo	3
4. Para algunas personas como en mi caso, no importa el tipo de gobierno que se tenga	4
NS	88
NC	99

3. En una escala en donde 1 es totalmente de acuerdo y 4 es totalmente en desacuerdo ¿Qué tan de acuerdo se encuentra con las siguientes frases que le leeré? (Acepta UNA opción por inciso) (Mostrar TARJETAS)

	TOTALMENTE DE ACUERDO			TOTALMENTE DESACUERDO			NS	NC
a. La democracia es más importante que el desarrollo económico	1	2	3	4	88	99		
b. Un gobierno autoritario permite alcanzar más rápido el desarrollo económico	1	2	3	4	88	99		
c. A los gobernantes los elegimos para que tomen las decisiones importantes por nosotros	1	2	3	4	88	99		
d. Los gobernantes pueden aprovecharse de su puesto siempre y cuando hagan cosas buenas	1	2	3	4	88	99		
e. Ser ciudadano es votar en las elecciones	1	2	3	4	88	99		
f. Ser ciudadano es platicar sobre política	1	2	3	4	88	99		
g. Ser ciudadano es ayudar a resolver problemas de la comunidad	1	2	3	4	88	99		
h. Ser ciudadano es pagar impuestos	1	2	3	4	88	99		

4. En una escala en donde 1 es muy satisfecho y 4 es muy insatisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el funcionamiento de la democracia en México? ¿Y en...? (Preguntar inciso b y c) (Acepta UNA opción por inciso)

	MUY SATISFECHO			MUY INSATISFECHO			NS	NC
a. País (México)	1	2	3	4	88	99		
b. Nuevo León	1	2	3	4	88	99		
c. Municipio (en el que reside)	1	2	3	4	88	99		

5. En una escala en donde 1 es muy limpias y 4 es muy fraudulentas, en términos generales, ¿Cómo considera las elecciones en México? ¿Y en...? (Preguntar inciso b) (Acepta UNA opción por inciso)

	MUY LIMPIAS			MUY FRAUDULENTAS			NS	NC
a. País (México)	1	2	3	4	88	99		
b. Nuevo León	1	2	3	4	88	99		

6. ¿Cree usted que se puede cometer fraude electoral en México? ¿Y en...? (Preguntar inciso b) (Acepta UNA opción por inciso)

	SI (preguntar 6.a)	NO (pasar a pregunta 7)	NS (pasar a pregunta 7)	NC (pasar a pregunta 7)
a. País (México)	1	2	88	99
b. Nuevo León	1	2	88	99

6. a. ¿En dónde cree que es más probable que se cometa fraude electoral? (Leer alternativas y aceptar UNA opción por país y una por Nuevo León)

	Pais (México)	Nuevo León
1. En el nombramiento de funcionarios de casilla	1	1
2. En el padrón electoral	2	2
3. En el momento de votar	3	3
4. En el conteo de votos en las casillas	4	4
5. En el sistema de cómputo	5	5
6. Todos	6	6
7. Ninguno	7	7
NS	88	88
NC	99	99

INTROSPECCIÓN A VALORES Y PERCEPCIÓN DE POLÍTICA Y ACTORES POLÍTICOS

7. En general, ¿Qué tan interesado está usted en la política? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NS	NC
1	2	3	4	88	99

8. Por lo general, ¿Acostumbra a hablar de política con otras personas? (Si responde que NO, NS o NC, pasar a pregunta 10)

SI	NO	NS	NC
1	2	88	99

9. A continuación le leeré una lista de personas, ¿Me pudiera decir con cuál de ellas acostumbra hablar de política? (Acepta UNA opción por inciso)

	SI Preguntar, ¿En qué grado?			NO	NO APLICA	NS	NC
	MUCHO	ALGO	POCO				
a. Familia (Si responde que Sí, preguntar también) ¿Con quién?							
a.1 Padres	1	2	3	4	5	88	99
a.2 Pareja	1	2	3	4	5	88	99
a.3 Hijos (as)	1	2	3	4	5	88	99
a.4 Hermanos (as)	1	2	3	4	5	88	99
a.5 Abuelos (as)	1	2	3	4	5	88	99
a.6 Todos	1	2	3	4	5	88	99
a.7 Otro: ¿Cuál?	1	2	3	4	5	88	99
b. Amigos	1	2	3	4	5	88	99
c. Compañeros de trabajo	1	2	3	4	5	88	99
d. Compañeros de estudios (preparatoria/universidad, etc.)	1	2	3	4	5	88	99

10. En una escala en donde 1 es muy satisfecho y 4 muy insatisfecho, en términos generales, ¿Cómo calificaría el desempeño de las siguientes instituciones para fortalecer la democracia? (Acepta UNA opción por inciso) (Mostrar TARJETAS)

	MUY SATISFECHO			MUY INSATISFECHO	NS	NC
a. Partidos políticos	1	2	3	4	88	99
b. Medios de comunicación	1	2	3	4	88	99
c. Poder Ejecutivo	1	2	3	4	88	99
d. Organizaciones empresariales	1	2	3	4	88	99
e. Poder Legislativo	1	2	3	4	88	99
f. Defensores de derechos humanos	1	2	3	4	88	99
g. Sindicatos	1	2	3	4	88	99
h. Organos electorales	1	2	3	4	88	99
i. Poder Judicial	1	2	3	4	88	99
j. Organizaciones de la sociedad civil	1	2	3	4	88	99
k. Universidades	1	2	3	4	88	99

11. ¿En estos últimos cinco años, cuánto cree usted que se ha progresado en las instituciones del país, en los siguientes aspectos? (Leer alternativas y aceptar UNA opción por inciso)

	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NS	NC
a. Reducción de la corrupción	1	2	3	4	88	99
b. Rendición de cuentas	1	2	3	4	88	99
c. Acceso a la Información / Transparencia gubernamental	1	2	3	4	88	99

12. Dígame si está de acuerdo en que México va en la dirección correcta, ¿Y...? (Acepta UNA opción por inciso)

	SI	SI, EN PARTE	NO	NS	NC
a. País (México)	1	2	3	88	88
b. Nuevo León	1	2	3	88	88
c. Municipio (en el que reside)	1	2	3	88	88

13. Podría decirme el nombre del: (Escribir la respuesta textual del entrevistado)

		No sabe la Respuesta
a. Presidente de la república	Nombre: _____	2
b. Gobernador del estado de Nuevo León	Nombre: _____	2
c. Presidente municipal (municipio donde reside)	Nombre: _____	2
d. Senador por el estado de N.L. (uno solo)	Nombre: _____	2

e. Diputado federal (distrito donde reside)	Nombre: _____	2
f. Diputado local (distrito donde reside)	Nombre: _____	2

USOS Y COSTUMBRES DEL VOTO

14. A continuación le leeré un listado de organizaciones. ¿Me podría decir, por favor, si usted ha participado activamente en alguna de éstas? (Leer aleatoriamente y aceptar UNA opción por inciso)

	NO	NS	NC	SÍ →	¿Qué tanto se habla de política?			
					MUCHO	ALGO	POCO	NADA
a. Sindicato	2	88	99	1	1	2	3	4
b. Partido político	2	88	99	1	1	2	3	4
c. Agrupación profesional (Ej. Barra de abogados, Colegio de médicos, etc.)	2	88	99	1	1	2	3	4
d. Cooperativa	2	88	99	1	1	2	3	4
e. Instituciones electorales	2	88	99	1	1	2	3	4
f. Deportiva	2	88	99	1	1	2	3	4
g. Organización empresarial	2	88	99	1	1	2	3	4
h. Agrupación política	2	88	99	1	1	2	3	4
i. Instituciones de beneficencia	2	88	99	1	1	2	3	4
j. Estudiantil	2	88	99	1	1	2	3	4
k. Agrupaciones religiosas	2	88	99	1	1	2	3	4
l. Organización de ciudadanos	2	88	99	1	1	2	3	4
m. Agrupación de ayuda social (Ej. defensa de los indígenas, niños de la calle, del ambiente, etc.)	2	88	99	1	1	2	3	4
n. De vecinos, colonos, condóminos, de pensiones y jubilados	2	88	99	1	1	2	3	4
o. De arte y cultura	2	88	99	1	1	2	3	4
p. Otro grupo organizado: ¿Cuál?	2	88	99	1	1	2	3	4

15. Durante el último período electoral, ¿Asistió usted a algún evento político de campaña? (Aceptará UNA opción)

NO	NS	NC	SÍ →	¿De qué forma participó?	
				SOLO ASISTI	PARTICIPÉ
2	88	99	1	1	2

16. En una escala en donde 1 es mucha influencia y 4 es nada de influencia, dígame, ¿Cómo evaluaría la influencia que tienen las siguientes opciones en su decisión de **POR QUIÉN** votar? (Leer aleatoriamente y aceptar UNA opción por inciso)

	MUCHA INFLUENCIA			NADA INFLUENCIA			NS	NC
a. La familia	1	2	3	4	88	99		
b. Amigos / conocidos	1	2	3	4	88	99		
c. Las visitas de los candidatos a su colonia	1	2	3	4	88	99		
d. La universidad	1	2	3	4	88	99		
e. El sindicato	1	2	3	4	88	99		
f. El partido político	1	2	3	4	88	99		
g. El patrón (empleador)	1	2	3	4	88	99		
h. Los medios de comunicación	1	2	3	4	88	99		
i. La iglesia	1	2	3	4	88	99		

17. ¿Me podría decir qué tanto influyen los siguientes medios en su decisión de **POR QUIÉN** votar? (Leer alternativas y aceptar UNA opción por renglón)

	MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NS	NC
Medios masivos	Debates por televisión	1	2	3	4	88 99
	Spots televisivos	1	2	3	4	88 99
	Noticieros en televisión	1	2	3	4	88 99
	Programas de entretenimiento	1	2	3	4	88 99
	Radio	1	2	3	4	88 99
	Prensa	1	2	3	4	88 99
Medios tradicionales	Mitines / banquetes	1	2	3	4	88 99
	Carteleros / panorámicos	1	2	3	4	88 99
	Folleto / volantes	1	2	3	4	88 99
	Artículos promocionales (plumas, camisetas, gorras, etcétera)	1	2	3	4	88 99
Medios alternos	Sitio Web de un partido / candidato	1	2	3	4	88 99
	Páginas personales en internet	1	2	3	4	88 99
	Medios de comunicación en Internet	1	2	3	4	88 99
	Correos electrónicos de un partido / candidato	1	2	3	4	88 99
	Mensajes de texto en celular	1	2	3	4	88 99

18. Durante las últimas campañas electorales ¿Recibió la información suficiente para decidir su voto? (Aceptará UNA opción)

SÍ	SÍ EN PARTE	NO	NS	NC
1	2	3	88	99

19. ¿Qué información requiere para decidir su voto durante las campañas electorales? (Ojo: NO leer alternativas. Después de la primera y segunda respuesta preguntar ¿alguna otra información?) Aceptará hasta TRES alternativas.

	1ª. Respuesta	2ª. Respuesta	3ª. Respuesta
Currículum del candidato	1	1	1
Trayectoria / resultados en puestos públicos del candidato	2	2	2
Equipo propuesto de gobierno	3	3	3
Propuestas de gobierno	4	4	4
Otro: ¿Cuál?	77	77	77

NS	88	88	99
NC	99	99	99

20. ¿Me podrá mencionar las 2 principales cualidades que debe tener el próximo gobernador del estado de Nuevo León?
¿Y el alcalde? (Escribir respuesta textual del entrevistado)

	1ª. Cualidad	2ª. Cualidad	NS	NC
a. Gobernador			88	99
b. Alcalde (municipio en el que reside)			88	99

21. ¿Qué tanto influye la apariencia física de los candidatos en su decisión de **POR QUIÉN** votar? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

MUCHO	ALGO	POCO	NADA	NS	NC
1	2	3	4	88	99

22. ¿Hay algún proceso electoral que recuerde significativamente? (Pedir que platique sobre el más significativo)(Aceptar UNA opción)

SÍ (Preguntar ¿Cuál?)	NO (pasar pregunta 23)	NS (pasar pregunta 23)	NC (pasar pregunta 23)
1	2	88	99

22. a. ¿Cuál? _____ ¿Por qué? _____

23. Si le digo "Elección de 2006", ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente? (Escribir respuesta textual del entrevistado)

_____ ¿Por qué? _____

NS	NC
88	99

24. ¿Me podría decir si acudió a votar en algunas de las siguientes elecciones...? (Preguntar inciso a y b)(Recordar que los datos proporcionados son confidenciales y con fines estadísticos, por lo que no hay respuestas buenas o malas)

	SÍ	NO	NS	NC
a. Gobernador del estado 2003	1	2	88	99
b. Presidente de la república 2006	1 (pasar a 26)	2 (pasar a 25)	88 (pasar a 29)	99 (pasar a 29)

25. ¿Por qué no votó en las pasadas elecciones? (Ojo: NO leer alternativas, aceptar UNA opción) (Después de contestar la pregunta, pasar a la 29)

De nada sirve, todo se está empeorando	1
De nada sirve, todo sigue igual	2
Enfermedad	3
Falta de credencial de elector	4
Falta de interés	5
Falta de transporte	6
Incapacidad física o discapacidad	7
Las elecciones son fraudulentas	8
Llegó tarde a votar y estaba cerrado	9
Me impidieron votar en la última elección	10

No cree en el sistema político	11
No estaba en la ciudad	12
No le gustó ningún candidato	13
No se encontró en la lista nominal	15
No tener edad necesaria	16
Se acabaron las boletas	17
Tener que trabajar / falta de tiempo	18
Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

26. Cuando votó, ¿Cuál de las siguientes razones fue la más importante para que decidiera **IR** a votar? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

1. Es mi derecho	1
2. Es mi deber / obligación	2
3. La capacidad de influir en el rumbo del país	3
4. Buscar que el candidato que apoyo gane	4
5. Mi familia fue a votar	5
6. Deseo de cambio	6

7. Me facilitaron asistir a votar	7
8. Es una herramienta para defender mis intereses	8
9. Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

27. Cuando votó, ¿Cuál de las siguientes razones fue la más importante para decidir **POR QUIÉN** votar? (Mostrar TARJETAS y aceptar UNA opción)

1. Siempre voto por el mismo partido político	1
2. Las cualidades del candidato	2
3. Para premiar o castigar al partido político en el gobierno	3
4. El partido político	4
5. El plan de gobierno del candidato (propuestas)	5
6. Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

FILTRO:

Si mencionó que **SIEMPRE** vota por el mismo partido político, pasar a pregunta 28

Si mencionó cualquier otra opción, NS o NC, pasar a pregunta 29

28. ¿Por qué vota siempre por el mismo partido político? (NO leer alternativas y aceptar UNA opción)

Por costumbre	1
Por identificación partidaria	2
Por tradición familiar	3
Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

29. ¿Podría decirme la fecha en que se celebrarán las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (Escribir la respuesta textual del entrevistado y evalúe la respuesta)

Anotar respuesta:	Respuesta correcta:	Respuesta Correcta	Respuesta Incorrecta	No sabe la Respuesta
		Julio 2009	1	2

30. ¿Sabe usted cuál o cuáles son los puestos públicos por los que se va a votar en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (Seleccionar si mencionó el puesto público o no lo mencionó)

	SÍ MENCIONÓ	NO MENCIONÓ
Gobernador del estado de Nuevo León	1	2
Diputados federales	1	2
Diputados locales	1	2
Senadores	1	2
Presidente municipal	1	2
NS		88
NC		99

FILTRO:

Si mencionó UNA respuesta correcta, pasar a pregunta 31

Si mencionó NS, NC, o NINGUNA respuesta correcta, pasar a pregunta 32

31. ¿Por qué sabe de las próximas elecciones a celebrarse en el estado de Nuevo León? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

1. Apoyo a un precandidato o partido político en particular	1
2. Las campañas políticas (visita de los candidatos a mi colonia)	2
3. Las promesas de los precandidatos de resolver los problemas de la colonia	3
4. Interés en resolver un tema / problema en particular	4
5. Sentimiento de que esta elección es importante	5
6. Deseo de cambio	6
7. Voto por primera vez	7
8. Por los medios de comunicación	8
9. Por la publicidad	9
10. Otro: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

32. ¿Sabe usted cuál es el nombre de la institución que organiza la elección a gobernador en el estado de Nuevo León? (No leer alternativas y aceptar UNA opción)

Comisión Estatal Electoral / CEE	1
Instituto Federal Electoral / IFE	2
Otro: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

33. ¿Cuál es la probabilidad de que usted vote en las próximas elecciones a celebrarse en el estado de Nuevo León? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

MUY PROBABLE	ALGO PROBABLE	POCO PROBABLE	NADA PROBABLE	NS	NC
1	2	3	4	88	99
(Pasar a pregunta 34)			(Pasar a pregunta 35)		(Pasar a pregunta 36)

34. ¿Cuál es la principal razón por la cual usted PROBABLEMENTE votará en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (No leer alternativas y aceptar UNA opción) (Después de contestar la pregunta, pasar a pregunta 36)

Es mi derecho / responsabilidad	1
Necesidad de una nueva dirección	2
Cada voto cuenta	3
Interés en quién gane las elecciones	4
Apoyo a un partido político en particular	5

Soy ciudadano (a)	6
Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

35. ¿Cuál es la principal razón por la cual usted PROBABLEMENTE NO votará en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (No leer alternativas y aceptar UNA opción) (Después de contestar la pregunta, pasar a pregunta 36)

Falta de transporte	1
Enfermedad	2
Falta de interés	3
No le gustó ningún candidato	4
No cree que las elecciones sean limpias	5

Tener que trabajar/ falta de tiempo	6
Incapacidad física o discapacidad	7
Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

36. De las siguientes opciones que le voy a leer, ¿Me podría decir cuáles son actividades legales? (Aceptar UNA opción por inciso)

	LEGAL	ILEGAL	NS	NC
a. Que un candidato visite su casa para dar a conocer sus propuestas	1	2	88	99
b. Que un partido político dé regalos para promover sus actividades	1	2	88	99
c. Que le inviten a una asamblea o mitin para apoyar a un partido político	1	2	88	99
d. Que un jefe presione a sus empleados si no votan por un partido político	1	2	88	99
e. Que en un servicio religioso se trate de convencer para que se vote por un partido político	1	2	88	99
f. Que se transporte a la gente a votar	1	2	88	99
g. Que una autoridad condicione un servicio del gobierno para que la gente vote por un partido político	1	2	88	99
h. Que se difame o calumnie a un candidato	1	2	88	99
i. Que candidatos y partidos políticos no respeten los topes de gastos en las campañas electorales	1	2	88	99
j. Que los medios de comunicación favorezcan a un candidato o partido político	1	2	88	99

EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS PARA LA VIDA DEMOCRÁTICA

37. Ahora, respecto con su vida, en términos generales, ¿Diría usted que está...? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

MUY SATISFECHO	ALGO SATISFECHO	POCO SATISFECHO	MUY INSATISFECHO	NS	NC
1	2	4	5	88	99

38. ¿Cuán orgulloso está usted de ser mexicano? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

MUY ORGULLOSO	ALGO ORGULLOSO	POCO ORGULLOSO	NADA ORGULLOSO	NS	NC
1	2	4	5	88	99

39. En una escala donde 1 es muy importante y 4 nada importante, ¿Qué tan importante es en su vida...? (Leer del inciso a al f)

	MUY IMPORTANTE			NADA IMPORTANTE	NS	NC
a. Familia	1	2	3	4	88	99
b. Amigos	1	2	3	4	88	99
c. Escuela	1	2	3	4	88	99
d. Política	1	2	3	4	88	99
e. Trabajo	1	2	3	4	88	99
f. Religión	1	2	3	4	88	99

40. A continuación le voy a leer una lista de personas, ¿Me pudiera decir si le gustaría tenerlos de vecinos...? (Acepta UNA opción por inciso)

	SÍ	NO	INDISTINTO	NS	NC
a. Drogadicto	1	2	3	88	99
b. Indígena	1	2	3	88	99
c. Artista	1	2	3	88	99
d. Persona con SIDA/VIH	1	2	3	88	99
e. Inmigrante	1	2	3	88	99
f. Político	1	2	3	88	99
g. Deportista	1	2	3	88	99
h. Extranjero	1	2	3	88	99
i. Homosexual	1	2	3	88	99
j. Empresario	1	2	3	88	99
k. Periodista	1	2	3	88	99
l. De religión distinta a la que usted practica	1	2	3	88	99
m. Estudiantes	1	2	3	88	99
n. Pareja en unión libre	1	2	3	88	99

41. ¿Ha tenido alguna experiencia, vivencia o acontecimiento muy importante relacionada con políticos, gobernantes o autoridades? (Acepta UNA opción)

SÍ (preguntar 41.a, b y c)	NO (pasar a pregunta 42)	NS (pasar pregunta 42)	NC (pasar a pregunta 42)
1	2	88	99

41. a. ¿Esta experiencia, vivencia o acontecimiento fue...? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

POSITIVA	NEGATIVA	DE AMBAS	NS	NC
1	2	3	88	99

41. b. De manera breve, ¿Cuál fue esta experiencia...? _____

41. c. ¿Con qué autoridad fue esta experiencia...? (Ej. tránsito, burócrata de ventanilla, etc.) _____

42. Ahora, en general, ¿Cómo calificaría la situación económica actual de México? ¿Diría Ud. que es...? (Leer alternativas y aceptar UNA opción) (Leer inciso b y c)

	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA	MUY MALA	NS	NC
a. País (México)	1	2	3	4	5	88	99
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	88	99
c. Personal	1	2	3	4	5	88	99

43. ¿Considera usted que la situación económica actual de México está mucho mejor, un poco mejor, igual, un poco peor, o mucho peor que hace un año? (Acepta UNA opción, leer inciso b y c)

	MUCHO MEJOR	UN POCO MEJOR	IGUAL	UN POCO PEOR	MUCHO PEOR	NS	NC
a. País (México)	1	2	3	4	5	88	99
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	88	99
c. Personal	1	2	3	4	5	88	99

44. ¿Cree usted que en los próximos doce meses la situación económica del país será mucho mejor, un poco mejor, igual, un poco peor, o mucho peor que ahora? (Acepta UNA opción, leer inciso b y c)

	MUCHO MEJOR	UN POCO MEJOR	IGUAL	UN POCO PEOR	MUCHO PEOR	NS	NC
a. País (México)	1	2	3	4	5	88	99
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	88	99
c. Personal	1	2	3	4	5	88	99

45. A continuación le leeré algunos pares de oraciones. Me podría decir, ¿Con cuál está usted más de acuerdo o representa mejor su opinión? (Acepta UNA opción por inciso)

		NS	NC
A	El gobierno debe buscar una mejor distribución de los ingresos	1	88 99
	El gobierno no debe intervenir en la distribución de los ingresos	2	

B	Todos deben pagar el mismo porcentaje de impuestos	1	88	99
	El porcentaje de impuestos debe crecer conforme al ingreso	2		
C	Estoy dispuesto a sacrificar libertades para combatir la inseguridad	1	88	99
	No estoy dispuesto a sacrificar libertades para combatir la inseguridad	2		
D	PEMEX debe ser exclusivamente propiedad del gobierno	1	88	99
	PEMEX debe abrirse a la inversión privada	2		
E	El aborto debe legalizarse	1	88	99
	El aborto no debe legalizarse	2		
F	El matrimonio entre homosexuales debe permitirse	1	88	99
	El matrimonio entre homosexuales no debe permitirse	2		
G	La pena de muerte debe imponerse en algunos delitos como narcotráfico, secuestro, violación, etc.	1	88	99
	En ningún caso se justifica aplicar la pena de muerte	2		

46. En una escala en donde 1 es de izquierda y 5 de derecha, ¿Usted cómo se considera en política? (Acepta una opción)

DE IZQUIERDA					DE DERECHA	NS	NC
1	2	3	4	5		88	99

47. En su opinión, ¿Cuáles son los principales problemas de México? ¿Y de Nuevo León? (No leer alternativas. Enumerar 1, 2 y 3, de acuerdo al orden en que se mencionan las respuestas. Acepta hasta tres alternativas por país y tres alternativas por Nuevo León. Se pueden repetir las respuestas para país y Nuevo León).

	PAÍS (México)	NUEVO LEÓN
Ninguno		
Bajos salarios		
Corrupción		
Delincuencia		
Desempleo		
Drogadicción		
Economía		
Educación		
Falta de buenos gobernantes		
Fenómenos naturales		
Homicidios		
Inseguridad		
Narcotráfico		
Pandillismo		
Pobreza		
Problemas políticos		
Problemas sociales		
Robos		
Secuestros		
Servicios públicos		
Otro: ¿Cuál?	77	77
NS	88	88
NC	99	99

48. ¿Cuál es el principal problema de su familia? (No leer alternativas y aceptar una opción)

Ninguno	0
Bajos salarios	1
Desempleo	2
Económico	3
Falta de comunicación o unión	4
Inseguridad	5
Problemas de salud	6
Otro: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

49. ¿Conoce a alguien que durante las últimas campañas electorales en el país haya sido presionado para votar por algún partido político en específico? (Acepta una opción)

SI (pasar a pregunta 50)	1
NO (pasar a pregunta 51)	2
NS (pasar a pregunta 51)	88
NC (pasar a pregunta 51)	99

50. ¿Cuál fue el medio (s) por el cual su conocido fue presionado para votar por algún partido político en específico? (Leer alternativas). Acepta hasta tres alternativas.

	1ª respuesta	2ª respuesta	3ª respuesta
1. Se le ofreció una obra o prestación de servicio público por su voto	1	1	1
2. Se le ofreció un pago (dinero) por su voto	2	2	2
3. Se le ofreció una despensa por su voto	3	3	3
4. Se le amenazó respecto a una obra o prestación de servicio público	4	4	4
5. Se le amenazó en relación a su trabajo / empleo	5	5	5
6. Otro: ¿Cuál?	77	77	77
NS	88	88	88
NC	99	99	99

51. En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras personas que votan por distintos partidos políticos, dependiendo del candidato. ¿Usted con cuál se identifica más? (Acepta una opción)

Vota por el mismo partido político	1
Vota por distintos partidos políticos	2
NS	88
NC	99

52. ¿Simpatiza por lo general con algún partido político? (Aceptar UNA opción)

SI (pasar a pregunta 53)	1
NO (pasar a pregunta 55)	2

NS (pasar a pregunta 55)	88
NC (pasar a pregunta 55)	99

53. ¿Qué tan fuerte es su identificación? (Leer alternativas y Aceptar UNA opción)

MUY FUERTE	ALGO FUERTE	ALGO DÉBIL	MUY DÉBIL	NS	NC
1	2	3	4	88	99

54. ¿Cuál sería la principal razón por la cual simpatiza con ese partido político? (Escribir respuesta textual del entrevistado)

NS	NC
88	99

DEMOGRÁFICOS

55. Sexo del encuestado: (Llenar sin preguntar)

Hombre	1
Mujer	2

(NOTA: Preguntar edad y año de nacimiento en caso que NO se haya hecho al inicio de la encuesta)

56. ¿Cuál es su edad en años cumplidos? _____ años

57. ¿En que año nació? _____

58. ¿Cuál es su estado civil? (Aceptar UNA opción)

Casado / Conviviente	1
Soltero	2
Separado	3
Divorciado	4
Viudo	5
NS	88
NC	99

59. ¿Cuál es su nivel máximo de escolaridad? (Aceptar UNA opción)

Ninguna	0
Primaria incompleta	1
Primaria completa	2
Secundaria incompleta	3
Secundaria completa	4
Preparatoria incompleta	5
Preparatoria completa	6
Normal	7
Técnica incompleta	8
Técnica completa	9
Universidad incompleta	10
Universidad completa	11
Especialidad	12
Posgrado	13
NS	88
NC	99

60. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentran los ingresos familiares mensuales? (Leer alternativas y aceptar UNA opción)

Ninguno	0
Menos de \$800	1
\$801 - \$1,600	2
\$1,601 - \$2,400	3
\$2,401 - \$3,200	4
\$3,201 - \$4,000	5
\$4,001 - \$5,400	6

\$5,401 - \$6,800	7
\$6,801 - \$10,000	8
\$10,001 - \$13,500	9
Más de \$13,500	10
NS	88
NC	99

61. ¿Cuál es su ocupación actual? (Aceptar UNA opción)

Ninguna	0
Ama de casa	1
Desempleado	2
Empleado domestico	3
Empleado de empresa	4
Empleado de gobierno	5
Estudiante	6
Jubilado o pensionado	7
Maestro	8
Maquiladoras	9
Negocio propio	10
Obrero de empresa	11
Profesionista independiente	12
Sector informal	13
Otra: ¿Cuál?	77
NS	88
NC	99

62. ¿Cuál es su religión? (Aceptar UNA opción)

Ninguna	0
Católica	1
Cristiana no católica (incluye Testigos de Jehová)	2
Otra no Cristiana	3
NS	88
NC	99

63. ¿Usted o su familia forman parte de algún programa social del gobierno? (Escribir respuesta (as) textual del entrevistado)

SI (Preguntar ¿Cuál (es)?)	NO	NS	NC
1	2	88	99

63. a. ¿Cuál programa social del gobierno?

AGRADEZCA Y CONCLUYA LA ENTREVISTA.

SECCIÓN A LLENAR POR EL ENCUESTADOR

• ¿Durante la aplicación de la encuesta, además del entrevistado, estuvo otra persona presente escuchando la entrevista? (Aceptar UNA opción)

Ninguna (terminar)	0
Pareja del entrevistado	1
Hijos (as) / Niños (as)	2
Algunas personas	3
Un grupo de personas	4

• ¿El entrevistado buscó apoyo en otro (s) para responder las preguntas? (Aceptar UNA opción)

SI	1
NO	2

• ¿Considera que el entrevistado fue influenciado por otro (s) para responder las preguntas? (Aceptar UNA opción)

SI	1
NO	2

CAPÍTULO 3
EL VOTANTE NEOLEONÉS:
EL PARTIDISTA, EL PERSONALISTA
Y EL INCONFORME

EL VOTANTE NEOLEONÉS: EL PARTIDISTA, EL PERSONALISTA Y EL INCONFORME ¹

Jesús Cantú Escalante
Claudia Liliana Garza Urquidy

Este capítulo es un intento por conocer el perfil del elector neoleonés desde la óptica del votante de facto, es decir, de aquel elector que deja de ser un votante potencial, porque no sólo cumple con los requisitos de ciudadanía, edad y registro en el padrón electoral, sino que hace válido su voto el día de la elección (Moreno, 2003).

Este tipo de elector neoleonés es aquél que menciona no sólo haber votado en anteriores procesos electorales, como se detalla más adelante, sino también el haber decidido votar, principalmente: Por las coincidencias de sus posturas con las del candidato (propuestas de gobierno); su identificación con el partido político (identificación partidaria); o por las cualidades del candidato (imagen).

El análisis se realiza con base en 803 casos de electores ² que en la investigación del perfil del elector neoleonés mencionan haber acudido a votar en las elecciones para presidente de la república en 2006. Además de señalar que el factor más importante para decidir por quién votar fue el partido político, en el 33% de los casos; el candidato, 32%; y las propuestas de gobierno, 35%.

Para comprender al elector nos centramos en el análisis de dos ejes principales: sus actitudes hacia la democracia y los determinantes de su decisión electoral (Berlanga, 2009). En el primer caso se profundiza en los apoyos y compromisos que tiene el elector, sus percepciones y opiniones

-
- 1 Los partidistas son los electores que señalaron que la razón más importante para decidir el sentido de su voto fue el partido político (se agruparon los que respondieron que siempre votan por el mismo partido político, los que dijeron que lo hacen para premiar o castigar al partido en el gobierno y los que simplemente señalan que deciden en función del partido político); los personalistas, los que indicaron que las cualidades del candidato; y los inconformes, el plan de gobierno del candidato, a estos últimos se les identificó como inconformes porque son los que menos satisfacción muestran con la democracia, menos piensan que vamos en la dirección correcta y menos creen que las elecciones son limpias; en contrapartida, son los que más piensan que es posible el fraude electoral, que en materia económica estamos peor que hace un año y los que más votan por el deseo de cambio.
 - 2 La cantidad de electores que mencionan haber votado en la elección para presidente de la república en 2006 es de 826 neoleoneses, sin embargo, se eliminan 23 casos del análisis ya que no contestaron o no sabían cuál fue la razón más importante para decidir por quién votar. Los casos eliminados representan sólo el 2.8% de los casos de la pregunta y el 2.2% del total en la investigación.

sobre la democracia, los conocimientos e información que posee; el interés por la política, su participación electoral; en sus principios y valores y en las experiencias que han dejado huella significativa.

Respecto a los determinantes del voto, se indaga en factores de largo plazo como la ideología, variables sociodemográficas y las evaluaciones retrospectivas y prospectivas de los votantes. Así como también en aspectos de corto plazo, más relacionados con las campañas electorales, las cualidades de los candidatos y la comunicación política.

Determinar qué diferencias existen respecto a estos temas entre quienes votan por un partido político en particular, por un candidato o por las propuestas de gobierno es la razón de ser de este análisis. A lo largo del capítulo se describirán cuáles son estas diferencias y, en la medida de lo posible, por qué las hay.

El estudio, además, pretende establecer cómo se alinean los perfiles del elector neoleonés en función del principal factor de decisión de su voto (partido político, candidato o propuestas de gobierno), con la teoría existente en dos vertientes: la sofisticación política del votante para tomar su decisión y el tipo de cultura política, conforme a la clasificación a la que arriban Almond y Verba (1963).

Para dar paso al análisis del elector neoleonés, se considera pertinente entender la relevancia de la aproximación de los perfiles analizados a las teorías existentes de sofisticación y cultura política. Así como la investigación sobre las percepciones y opiniones de los electores en cuanto a la democracia, la política, su sistema político y electoral.

En cuanto a las teorías existentes en América Latina, y en México en particular, se han realizado pocos estudios sobre las motivaciones y razones del votante para realizar su elección; sin embargo, en Europa y en Estados Unidos sí hay muchas investigaciones al respecto. Particularmente los estudiosos norteamericanos han identificado tres elementos centrales: lealtades partidistas, evaluación de los candidatos y juicios generales sobre la coyuntura, donde incluyen evaluación retrospectiva y prospectiva de la realidad.

Los elementos se alinean básicamente con los tres factores de decisión del votante neoleonés: la lealtad partidaria predomina fuertemente en los votantes que definen principalmente en función del partido político, como se verá más adelante; la evaluación de los candidatos, entre los que deciden básicamente en función del candidato; y, finalmente, aunque no corresponden plenamente, sí hay elementos que vinculan a quienes definen el sentido de su voto en función de las propuestas de gobierno, en el caso de los neoleoneses,

y los que lo hacen con base en los juicios generales sobre la coyuntura, entre los norteamericanos.

De acuerdo con Susan E. Howell (1986), el concepto de sofisticación política comprende el conocimiento de la política, el interés por la misma y la habilidad para procesar la información política y, desde luego, entre más alto es dicho nivel más elaborado y profundo es el análisis que realiza el elector para decidir el sentido de su voto, y lo mismo opera en sentido contrario. Un ciudadano con alto nivel de sofisticación política tiene opiniones más estables y fundadas y ése es el tamiz que utiliza para analizar las opciones electorales y, por lo mismo, su decisión no se basa únicamente en la información que recibe durante las campañas electorales ni las percepciones e imágenes que tratan de transmitir los candidatos.

Las investigaciones norteamericanas muestran en términos generales que el nivel de sofisticación política del ciudadano promedio es bajo y como señalan Roger Davidson y Walter Oleszek (2001), <<Cuando los americanos entran a la mampara para cruzar su boleta electoral, típicamente no acarrear un bagaje ideológico o siquiera sobre alguna temática específica [...]>> o la misma Howell (1986), <<Las personas naturalmente perciben las campañas como competencias entre dos candidatos, no elecciones en abstracto sobre asuntos políticos y los estudios demuestran que la evaluación de los candidatos predice mejor el voto que las opiniones sobre temas específicos>>.

De acuerdo a las mismas investigaciones, lo competido de la contienda y la intensidad de las campañas afectan la sofisticación política, básicamente porque cambia el volumen y la calidad de la información que reciben los electores. En procesos poco competidos, la intensidad de las campañas es baja y la información que proporcionan los candidatos es muy básica; en contrapartida, en elecciones muy competidas se eleva el volumen y la calidad de la información.

El factor más elemental para tomar la decisión es la identificación partidaria, pues sin mayor reflexión el elector decide el sentido de su voto por su cercanía con un partido político; el siguiente factor, de acuerdo a los estudios norteamericanos, es la evaluación del candidato, básicamente en función de la información que éstos proporcionan durante las campañas electorales y, finalmente, como señalan Scott Basinger y Howard Levine (2005), <<Los votantes más informados descansan más en definiciones ideológicas y posturas sobre temas específicos, de lo que sucede con votantes menos informados independientemente de la intensidad de las campañas electorales.>> En el caso de estudio, la elección de referencia fue la elección presidencial de 2006, altamente competida y controvertida y, por lo mismo,

con una alta intensidad de las campañas y un flujo abundante de información. Pero hay que tomar en cuenta que son los propios electores los que señalan cuál fue el factor determinante para su decisión y lo hacen casi tres años después de elección, pues la encuesta se levantó en 2009.

Respecto a la teoría de cultura política, se hacen referencia obligada los hallazgos de los autores Gabriel A. Almond y Sidney Verba (1963). En su obra *The Civic Culture*, señalan que si se desea una ciudadanía activa respecto a la política y que se sienta parte de ella, se requiere más que instituciones formales de la democracia (sufragio universal, partidos políticos y elecciones), ya que éstas también se observan en los patrones totalitarios. Por lo tanto, es necesario ciudadanos que se involucren en el proceso de toma de decisiones gubernamentales o políticas (incluyendo las campañas electorales), que tengan el sentimiento de <<obligación>> de participar en sus actividades, que perciban que el gobierno tiene algún efecto sobre ellos, sus familias y sus comunidades.

Asimismo mencionan que la cultura política se construye por la interacción de tres tipos de orientaciones: La cognitiva, que tiene que ver con el conocimiento y la información que los ciudadanos tienen acerca de la política; la afectiva, que se refiere a los vínculos que tienen los ciudadanos con su sistema político; y la evaluativa, que toca a las opiniones y juicios que tiene la población sobre instituciones y actores políticos.

Dependiendo de las interacciones de este tipo de orientaciones se originan tres modelos de culturas políticas: parroquial, súbdito y participativa.

En la cultura parroquial el ciudadano tiende al desconocimiento o poco conocimiento del sistema político y del gobierno, además considera que no puede influir en sus decisiones. En la cultura de súbdito hay un conocimiento mínimo del sistema político, pero el ciudadano se ve más como subordinado que como participante, ya que no se involucra en las acciones del gobierno. Por su parte, en la cultura participativa existe conocimiento e información respecto al gobierno y los aspectos de la política por parte de la ciudadanía y, por lo tanto, se tiene un rol más <<activista>>, el ciudadano se siente parte del gobierno, como actor central. Los tipos de cultura política que mencionan los autores son considerados en estado <<puro>>.³

A continuación se presentan los resultados del análisis del elector neoleonés, sus actitudes hacia la democracia y los determinantes de su decisión electoral en función del principal factor de decisión de su voto: partido político, candidato o propuestas de gobierno.

3 En su estudio pionero, Almond y Verba concluyen que la cultura política mexicana es <<parroquial>> y <<aspiracional>>, que está fuertemente guiada por su sentido de nacionalidad y por las instituciones, contrastando con altos niveles de pasividad en cuanto a participación política.

Cultura política y actitudes hacia la democracia

Más allá de la celebración de elecciones libres relativamente frecuentes y partidos políticos, la consolidación de un régimen democrático – sustentabilidad– depende en gran medida del apoyo que los ciudadanos dan a la democracia, es decir, del grado en que la ciudadanía se interesa en los asuntos públicos.

Apoyos hacia la democracia

El espíritu democrático se observa en mayor medida en quienes votan por candidato, ya que el 64% de los mismos considera que la democracia es más importante que el desarrollo económico. En contraste, sólo la mitad (50%) de quienes votan por propuestas de gobierno están de acuerdo con dicha afirmación y el 56% de quienes votan por partido político.

Aunque se percibe un compromiso con la democracia por parte de los electores neoleonés, al profundizar en el tema se observa que en el ideario ciudadano existe una concepción de democracia que se asemeja más a la considerada delegativa.

Para el politólogo Guillermo O'Donnell (2008), una democracia delegativa se da en países en donde se celebran elecciones libres y limpias pero en los cuales los gobernantes se sienten autorizados a actuar sin restricciones institucionales. Es decir, los votantes ven al gobernante como el depositario exclusivo de la legitimidad democrática, al que en consecuencia delegan el derecho y la obligación de resolver los problemas del país a su leal saber y entender.

Estas características de democracias delegativas se observan en el estado de Nuevo León, sobre todo en los electores que deciden su voto en función del partido político. Éstos, en mayor porcentaje (87%), están de acuerdo con la frase, <<a los gobernantes los elegimos para que tomen las decisiones importantes por nosotros>>. Como también con la afirmación (68%), <<los gobernantes pueden aprovecharse de su puesto siempre y cuando hagan cosas buenas>>. En comparación, quienes votan por propuestas de gobierno están en menor porcentaje de acuerdo con dichas frases: 71% y 49%, respectivamente. Y los que votan por el candidato mantienen una postura intermedia: 85% y 58%.

Aunque parece contradictorio, quienes votan por un partido político consideran en mayor porcentaje (92%) que ser ciudadano es ayudar a re-

solver los problemas de la comunidad; quienes votan por propuestas de gobierno, coinciden en el tema: 91%, y ambos contrastan con quienes votan por candidato, donde dicho porcentaje cae al 84%. Para entender la actitud hacia la democracia no basta con conocer el grado de apoyo que los electores muestran hacia la misma, es necesario saber si perciben que viven en un Estado democrático y el grado de satisfacción que tienen respecto a su funcionamiento.

Respecto a vivir en un Estado democrático, los neoleoneses⁴ que votan por un partido político en particular consideran en mayor porcentaje (60%) que hoy en día en Nuevo León viven en democracia. En menor grado perciben este escenario los que votan por propuestas de gobierno (48%). Y por último, los que votan por candidato muestran, otra vez, una percepción intermedia (55%).

Bajo una concepción mínima de democracia se puede entender el por qué quienes votan por partido político perciben en mayor porcentaje que se vive en democracia en el estado de Nuevo León. De acuerdo a Norberto Bobbio (1996) <<la única manera de entenderse cuando se habla de democracia [...] es considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos>> (p. 24). Al percibir que se cumple el mínimo indispensable, quienes votan por partido político sienten que viven en democracia. Además de ser los electores que en mayor medida consideran que eligen a los gobernantes para que tomen las decisiones importantes por los ciudadanos.

Funcionamiento de la democracia y sus instituciones

En cuanto al funcionamiento de la democracia, los neoleoneses⁵ que votan por candidato están en mayor porcentaje (67%) satisfechos con el funcionamiento de la democracia en el estado de Nuevo León. Quienes votan por propuestas de gobierno muestran el menor porcentaje (52%) de satisfacción, lo que va de la mano con el mínimo porcentaje de sentir que se vive en democracia en el estado. La satisfacción que muestran quienes votan por partido político es igual al porcentaje de los que consideran que viven en democracia (60%).

4 En el caso del país, México, el 57% de quienes votan por partido político consideran que hoy en día viven en democracia; el 48% de quienes votan por candidato; y el 43% de propuestas de gobierno. A nivel municipal, los porcentajes son, 62%, 59% y 53%, respectivamente.

5 En el caso del país, México, el 53% de quienes votan por partido político consideran están satisfechos con el funcionamiento de la democracia; el 60% de quienes votan por candidato; y el 45% de propuestas de gobierno. A nivel municipal, los porcentajes son, 62%, 69% y 54%, respectivamente.

De acuerdo a Giovanni Sartori (2003), la democracia es lo contrario a la autocracia, que implica auto elegirse, o bien ser jefe político por derecho hereditario o de conquista. En la democracia los gobernantes se escogen vía elecciones libres, competitivas y limpias.

El nivel de satisfacción con el funcionamiento de la democracia en el estado de Nuevo León se puede también entender con base en la descripción de democracia de Sartori, ya que nuevamente quienes votan por candidato son los que en mayor porcentaje (57%) consideran que las elecciones en el estado son limpias. Quienes votan por propuestas de gobierno consideran en menor porcentaje (47%) dicha situación. Y los que votan por partido político tienen una valoración promedio (49%).

Además de la percepción de elecciones limpias⁶, quienes votan por candidato consideran en menor porcentaje (69%) que se puede cometer fraude electoral en el estado. Los que votan por propuestas de gobierno son quienes perciben en mayor porcentaje (81%) la factibilidad de fraude electoral, y quienes lo hacen por partido político mantienen un valor promedio (73%).

Aunado de manera general una mayoría de electores evalúa que las elecciones son limpias, la percepción de factibilidad de fraude es muy elevada en todos los tipos de electores y en mayor medida en los que votan por las propuestas de gobierno.

Aunado a lo anterior, si la consolidación de un régimen democrático depende también de contar con instituciones eficaces y confiables, dentro del marco de percepciones y opiniones se debe conocer la apreciación que tienen los electores sobre el desempeño de las instituciones para el fortalecimiento de la democracia.

De un listado de instituciones analizadas⁷ tanto públicas como privadas, se observan diferencias importantes en la percepción que se tiene de su desempeño en dos de ellas: las organizaciones empresariales y los sindicatos. En ambos casos, quienes votan por candidato están en mayor porcentaje (62% y 50%, respectivamente) satisfechos con sus desempeños. En las organizaciones empresariales, los que votan por partido político están en menor porcentaje (51%) satisfechos con su desempeño. Y en los sindicatos, quienes votan por propuestas de gobierno son los menos satisfechos (36%).

Al analizar la percepción en el grado de avance en el acceso de información y transparencia gubernamental que se ha tenido en los últimos

6 En el caso del país, México, el 75% de quienes votan por partido político consideran que se puede cometer fraude electoral en México; el 72% de quienes votan por candidato; y el 88% de propuestas de gobierno.

7 Las instituciones evaluadas en cuanto a su desempeño para fortalecer la democracia son los medios de comunicación, universidades, organizaciones de derechos humanos y de la sociedad civil; organismos electorales, poder ejecutivo, legislativo y judicial y partidos políticos.

cinco años en las instituciones del país, nuevamente son quienes votan por candidato quienes consideran en mayor porcentaje (52%) que se ha avanzado mucho o algo en este aspecto versus quienes votan por partido político (40%) y propuestas de gobierno (47%). Dicha percepción se sostiene al evaluar si se está de acuerdo en que México⁸ va en la dirección correcta, ya que quienes votan por candidato consideran en mayor porcentaje (28%) que se va en la dirección correcta en contraste de quienes votan por propuestas de gobierno (18%) y partido político (27%). El cuadro I muestra los resultados completos.

CUADRO I. FORMA DE VOTO Y SATISFACCIÓN
CON EL DESEMPEÑO DE INSTITUCIONES

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
Organizaciones empresariales	51%	62%	52%
Sindicatos	43%	50%	36%
Acceso a la información y transparencia gubernamental	40%	52%	47%

Fuente: Elaborado por los autores.

Conocimiento y cultura política

Otra variable que permite entender la cultura política de los electores es el nivel de conocimiento e información que poseen sobre su sistema político; sobre quienes los gobiernan. Al respecto, se observa que quienes menos conocen el nombre de sus gobernantes son quienes votan por partido político. El nombre del presidente de la república y del gobernador del estado de Nuevo León se menciona por el 79% y 83% de los electores neoleoneses, respectivamente.

Quienes conocen en su mayoría (91%) el nombre del presidente de la república son aquéllos que votan por propuestas de gobierno, y quienes

8 La evaluación de percepción de dirección correcta que sigue el estado de Nuevo León muestra diferencias estadísticamente significativas. A nivel municipio, la percepción de ir en la dirección correcta se observa en el 34% de quienes votan por partido político, el 41% de quienes votan por candidato y el 26% de propuestas de gobierno.

conocen en mayor porcentaje (92%) el nombre del gobernador del estado de Nuevo León son quienes votan por candidato.

Asimismo, cuando se habla de interés por la política, del grado de involucramiento o apego emocional del ciudadano hacia el fenómeno de la política, se habla de participación ciudadana. En este rubro, se observa que los que votan por candidato son quienes por lo general acostumbran hablar de política con otras personas en mayor porcentaje (51%). Quienes votan por partido político lo acostumbran en menor porcentaje (34%), y quienes votan por propuestas de gobierno mantienen un valor promedio (46%).

Como se observa, la variable interés por la política tiene relación directa con el conocimiento de los gobernantes; quienes muestran más interés, tienen mayor conocimiento sobre quienes los gobiernan y viceversa.

El interés en la política se refleja también en el conocimiento sobre las elecciones celebradas el mes de julio de 2009 en el estado de Nuevo León. De manera general, se observa que el conocimiento de los votantes que mencionan al menos un puesto público a votarse en el proceso electoral, se debe a los medios de comunicación. Sin embargo, en el caso de quienes votan por partido político, también lo saben porque apoyan a un precandidato o partido político en particular (11%) y por las campañas políticas (visita de los candidatos a sus colonias, 14%). De los que votan por candidato, también lo saben por el deseo de cambio (25%) y al igual que el primero, por las campañas políticas (13%). Son quienes votan por propuestas de gobierno en donde predomina el conocimiento de las elecciones por los medios de comunicación (45%), además del deseo de cambio (16%).

Una relación más que se da con el interés por la política es la probabilidad de que el ciudadano participe activamente en los asuntos públicos, en actividades que intenten influir en las estructuras de gobierno, en la selección de autoridades o en las políticas gubernamentales (Castoriadis, 1998 y especialmente Durand Ponte, 2004).

Se observa que quienes votan por candidato son quienes han participado activamente en un sindicato en mayor porcentaje (13%). A diferencia de quienes votan por propuestas de gobierno, con el menor porcentaje (6%) de participación. Los que votan por partido político tienen un valor promedio de participación (10%).

Si se recuerda, quienes votan por candidato también evalúan de manera más satisfactoria el desempeño de los sindicatos para el fortalecimiento de la democracia y los que votan por propuestas de gobierno tienen el menor porcentaje de satisfacción. Por lo tanto, a mayor participación en una institución de carácter político mayor será la satisfacción en su desempeño.

Retomando el término de participación ciudadana se debe tener en cuenta que el interés en la política es sólo una de las formas de participación. El compromiso que se tenga con aspectos de la vida social –redes, valores y confianza– que impulsa a las personas a actuar en conjunto para lograr objetivos comunes es otra forma de participación (Putnam, 2001). Al respecto, se observa que quienes votan por propuestas de gobierno son quienes están más interesados en estas formas de participación. Son quienes en mayor porcentaje (8%) participan activamente en una organización deportiva. Además son quienes en mayor porcentaje (92%) consideran que la escuela y la religión (90%) son muy o algo importantes en su vida. En su caso, quienes votan por partido político son quienes participan en menor porcentaje (3%) en una organización deportiva, y quienes votan por candidato los que en menor porcentaje consideran muy o algo importantes la escuela (81%) y la religión (80%).

La participación de quienes votan por candidato en una organización deportiva es promedio (6%), y lo mismo pasa con la importancia que tiene la escuela (83%) y la religión (87%) para quienes votan por partido político.

Otra forma de participación ciudadana, la más básica y elemental, es la participación electoral; el ejercicio del voto. Acudir a votar legitima el poder político, es decir, el gobernado aprueba o reconoce a sus gobernantes. Sin embargo, la ausencia de participación es también una forma de compartir decisiones comunes. Quien no participa está dando un voto de confianza a quienes toman las decisiones (Merino, 2001).

Sobre el o los motivos del por qué se acude a votar el día de las elecciones, en los tres perfiles de electores se observa el sentimiento de obligación moral como ciudadano <<es mi derecho>>, <<es mi deber>>. Así como el deseo de cambio, sentimiento de capacidad de influir en el rumbo del país.

De manera particular, en quienes votan por partido político la razón más importante para que decidieran ir a votar es el sentimiento de obligación ciudadana <<es mi derecho> (47%). En quienes votan por propuestas de gobierno tiene un peso importante el deseo de cambio (20%). Y quienes votan por candidato lo hacen porque es su derecho (38%), y deber (33%); valores similares al elector en general. El cuadro II muestra los resultados completos.

CUADRO II. FORMA DE VOTO Y PRINCIPALES RAZONES
PARA DECIDIR IR A VOTAR

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
Es mi derecho	47%	38%	34%
Es mi deber	32%	33%	31%
Deseo de cambio	9%	15%	20%

Fuente: Elaborado por los autores. La tabla muestra las principales razones para decidir ir a votar en las elecciones. Para facilidad de comprensión, no se muestran los porcentajes de las respuestas <<No sé>> y <<No contestó>>.

Experiencias significativas para la vida democrática

Por último y no por ello menos importante, para entender la cultura política y las actitudes hacia la democracia de los neoleoneses es necesario analizar si existen experiencias de vida respecto a la política, a las cuales los electores les atribuyan una alta importancia. Asimismo, como la democracia presupone la coexistencia de la diversidad de puntos de vista, ideologías, modos de vida e intereses (Woldenberg y Salazar, 1997), se analiza la tolerancia del elector, es decir, el grado de aceptación que tiene hacia las distintas formas de pensar, de sentir y vivir de los demás.

En cuanto a las experiencias, vivencias o acontecimientos significativos relacionados con políticos, gobernantes o autoridades, no se observa diferencia alguna entre los distintos perfiles de formas de voto.⁹ Sin embargo, quienes votan por propuestas de gobierno en mayor porcentaje (26%) recuerdan algún proceso electoral de manera significativa, en contraste con quienes votan por partido político (10%) o candidato (18%).

Estos datos permiten deducir que los políticos, gobernantes y autoridades carecen de un impacto significativo en la vida de los neoleoneses y que lo que llegan a tener más presente en su registro de cultura política, aunque en porcentajes mínimos, son las experiencias electorales.

Respecto a la tolerancia, se observa que los electores que votan por partido político son quienes tienen un menor nivel de aceptación hacia la

⁹ El elector neoleonés en su gran mayoría (92%) afirma no haber tenido una experiencia, vivencia o acontecimiento significativo relacionado con políticos, gobernantes o autoridades.

diversidad. Es decir, son a quienes en menor porcentaje les gustaría tener como vecinos a personas que representan minorías o son víctimas de rechazo social, como el indígena (45%), el drogadicto (2%), el homosexual (31%), la persona con SIDA o VIH (36%). En menor porcentaje les gustaría tener de vecino a una persona de religión distinta a la que practican (48%) o un extranjero (47%). Y respecto a profesiones, también muestran en menor porcentaje su aceptación como vecinos a un periodista (48%) o un deportista (69%).

Los electores que votan por candidato muestran mayor aceptación – tolerancia– por aquellos perfiles de individuos que por su profesión o estilo de vida pudieran proyectar cierta imagen en la sociedad, como un deportista (76%), un empresario (60%), un extranjero (59%), un periodista (58%) o un político (39%). E incluso son quienes muestran mayor aceptación como vecino a un drogadicto (8%).

A diferencia de los que votan por partido político, quienes votan por propuestas de gobierno tienen mayor tolerancia hacia las personas que pueden ser víctimas de rechazo social o pertenecen a minorías, como el indígena (56%), una persona con SIDA o VIH (45%), un homosexual (40%). E incluso aceptan en mayor porcentaje a quienes tienen distintas creencias, como el que practica una religión distinta (57%).

Aunque el que vota por propuestas de gobierno acepta en mayor grado a ciertos grupos sociales es a quien en menor porcentaje le gustaría tener como vecino a un político (30%). Esta situación da la pauta para inferir la relación directa entre satisfacción con el funcionamiento de la democracia en el estado de Nuevo León y la tolerancia hacia quienes están legitimados para tomar decisiones de interés público y viceversa. El cuadro III muestra los resultados completos.

CUADRO III. FORMA DE VOTO Y GRADO DE TOLERANCIA

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
Drogadicto	2%	8%	3%
Indígena	45%	53%	56%
Persona con SIDA / VIH	36%	37%	45%
Homosexual	31%	38%	40%

De religión distinta a la que se practica	48%	54%	57%
Político	35%	39%	30%
Deportista	69%	76%	71%
Extranjero	47%	59%	51%
Empresario	49%	60%	49%
Periodista	48%	58%	56%

Fuente: Elaborado por los autores.

DETERMINANTES DEL VOTO

La cultura política y las actitudes hacia la democracia son un eje de estudio muy importante para entender al elector. Sin embargo, para comprender las motivaciones más relacionadas con la decisión electoral es de sumo valor el análisis de los determinantes del voto.

Se observa que los electores que deciden su voto en función del partido político son un voto muy estable: el 88% vota siempre por el mismo partido; un 2% lo hace para premiar o castigar al partido en el gobierno; y, el restante, 10%, toman su decisión en función del partido político, pero pueden cambiar el instituto político de su preferencia y no lo hacen en función de sancionar o no al partido en el gobierno.

Asimismo, quienes deciden su voto en función del partido político lo votan en todos los puestos de elección popular que estén en disputa, en mayor proporción de quienes lo hacen por cualquiera de los otros dos factores. El 86% lo hizo de esta manera, en contraste con sólo el 31% de los que sufragan en función del candidato y el 34% de los que lo hacen por las propuestas de gobierno.

Las razones para votar siempre al mismo partido político son muy básicas: 42% lo hace por costumbre y 24% por tradición familiar; el otro 34% se dispersa en diversas razones. Además, el porcentaje de ciudadanos que simpatizan con un partido político es muy superior entre quienes deciden en función del mismo, que entre el resto: el 74% de quienes votan por partido político simpatizan con un partido político, contra el 31% de quienes votan por candidato y el 34% de quienes votan por propuestas de campaña. A su vez,

se observa que la identidad partidaria es más fuerte entre quienes deciden su voto en función del partido, ya que de los simpatizantes el 95% de quienes votan por un partido político tienen una identificación muy o algo fuerte, contra el 78% de los que votan en función del candidato y 84% de quienes votan por propuestas de gobierno.

Ideología y factores sociodemográficos

Al inicio del capítulo se menciona que existen factores de largo plazo como la ideología y variables sociodemográficas que tienden a permanecer en el tiempo y a ser explicativas de diversas actitudes de las personas y de su conducta política individual (Moreno, 2003).

La ideología –entendida como el conjunto de ideas y posturas que forman parte del individuo– fue evaluada a través de una serie de cuestionamientos de carácter político, económico y moral. Los resultados muestran, a excepción de la división ideológica más tradicional,¹⁰ que no existen diferencias en la forma de pensar en quienes votan por partido político, candidato o propuestas de gobierno. Esto guarda relación con la postura del investigador Philip Converse (1964), quien menciona que durante años la ciencia política cuantitativa ha encontrado que la gran mayoría de las personas no ve el mundo de la política con base en referentes ideológicos complejos, sino en términos más bien sencillos y carentes de una ideología específica.

En la cuestión socioeconómica se observa que quienes votan por propuestas de gobierno consideran en mayor porcentaje (84%) que el gobierno debe de buscar una mejor distribución de los ingresos, en contraste con quienes votan por candidato (71%) o partido político (75%). Esta situación, más que una postura ideológica firme pareciera una confusión, ya que como veremos más adelante, quienes votan por propuestas de gobierno se consideran más de derecha y sin embargo apoyan que el gobierno se responsabilice de la distribución del ingreso, que es una posición de izquierda.

A la pregunta explícita de su posición ideológica izquierda-derecha, casi una quinta parte de los electores (19%) no supo qué responder y otro porcentaje (9%) no contestó. Aún así, los electores que votan por partido político se consideran de izquierda en mayor porcentaje (15%) que los que votan por candidato o propuestas de gobierno. Y quienes votan por propuestas de gobierno se consideran de derecha en mayor porcentaje (56%) que los otros. El cuadro IV muestra los resultados completos.

10 <<La división más tradicional se da en la cuestión socioeconómica: la izquierda enfatiza la distribución del ingreso y el papel preponderante del Estado en la economía, en contraste con la derecha que acentúa la creación de la riqueza y el papel fundamental del mercado y de la iniciativa individual como motores de la esfera económica>> (Berlangua, 2009).

CUADRO IV. FORMA DE VOTO Y POSICIÓN IDEOLÓGICA

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
De izquierda	15%	11%	8%
Centro	10%	11%	12%
De derecha	50%	44%	56%
No sé	19%	22%	17%
No contestó	6%	12%	7%

Fuente: Elaborado por los autores.

Las variables sociodemográficas como edad, grado de escolaridad, nivel de ingresos, género y religión determinan en mayor o menor medida ciertas actitudes, formas de pensar y conductas hacia la política. De acuerdo al investigador Alejandro Moreno (2003), la edad, la escolaridad y el ingreso suelen ser las variables de más peso en México. En el análisis particular del elector neoleonés, la escolaridad y el nivel de ingresos son las variables que marcan diferencias importantes entre las formas de votación: por partido político, candidato y propuestas de gobierno.

En relación al nivel de escolaridad, se observa que casi la mitad de los electores que votan por un partido político (44%) lo integran personas con un nivel máximo de escolaridad primaria. En contraste de sólo una quinta parte (22%) de quienes votan por propuestas de gobierno. La mayoría de quienes votan por propuestas de gobierno tienen un nivel de escolaridad de preparatoria o más (51%). Los resultados completos de nivel de escolaridad se muestran en el cuadro V.

CUADRO V. FORMA DE VOTO
Y NIVEL MÁXIMO DE ESCOLARIDAD

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
Hasta primaria	44%	23%	22%
Secundaria	28%	30%	27%
Preparatoria o más	28%	47%	51%

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuando se realiza el análisis en la variable nivel de ingresos, la tercera parte (34%) de quienes votan por partido político lo forman electores con ingresos familiares mensuales de cero a dos salarios mínimos en comparación de la tercera parte (32% y 31%) de quienes votan por propuestas de gobierno y candidato con ingresos familiares de cuatro o más salarios mínimos. Los resultados completos de nivel de ingresos se muestran en el cuadro VI.

CUADRO VI. FORMA DE VOTO
Y NIVEL DE INGRESOS FAMILIARES MENSUALES

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
De 0 a 2 salarios mínimos	34%	23%	24%
De 2 a 4 salarios mínimos	48%	46%	44%
De 4 o más salarios mínimos	18%	31%	32%

Fuente: Elaborado por los autores.

Respecto al género, quienes votan por partido político en su mayoría son mujeres (60%), en contraste de quienes votan por candidato (49%) o propuestas de gobierno (55%). Y en lo referente a la ocupación del elector, casi la mitad de quienes votan por partido político son amas de casa (45%). Dicho porcentaje disminuye en quienes votan por candidato (33%) o propuestas de gobierno (39%) y tienen mayor porcentaje de participación quienes son empleados de empresa, en un 25% y 20%, respectivamente. Los resultados completos de ocupación se muestran en el cuadro VII.

CUADRO VII. FORMA DE VOTO Y OCUPACIÓN

	Partido político	Candidato	Propuestas de gobierno
Ninguna	1%	1%	1%
Ama de casa	45%	33%	39%
Empleado de empresa	16%	25%	20%

Empleado de gobierno	4%	3%	3%
Maestro	-	3%	1%
Estudiante	1%	3%	1%
Negocio propio	7%	10%	10%
Profesionista independiente	2%	1%	5%
Obrero de empresa	7%	5%	7%
Empleado doméstico	1%	-	-
Maquiladoras	-	-	-
Sector informal	1%	1%	2%
Jubilado o pensionado	10%	10%	7%
Desempleado	4%	3%	3%
Otro	1%	2%	1%

Fuente: Elaborado por los autores.

Aunque no puede categorizarse como una variable sociodemográfica, al preguntarle al neoleonés si era parte él o su familia de algún programa social del gobierno, se encuentra que el porcentaje de participación en un programa aumenta a más del doble de quienes votan por propuestas de gobierno (4%) o candidato (4%), entre quienes lo hacen por partido político (9%). Lo que se deduce es que quienes forman parte de un programa social pudieran sentir la obligación moral o compromiso psicológico de apoyar al partido del cual han recibido ayuda.

Influencias y medios de información en política

Después de analizar los factores determinantes del voto de largo plazo, sólo resta el análisis de los aspectos que están más relacionados con las campañas electorales, de corto plazo. En primer lugar está la evaluación que hace el elector de las cualidades de los candidatos.

Se puede decir que la imagen es inevitable, es parte esencial del proceso de comunicación y no una imposición del marketing político. Sin embargo,

en las últimas décadas la evaluación que los electores hacen de los candidatos es uno de los factores básicos que influyen en el sentido de su voto, por lo tanto, de manera estratégica los asesores cuidan que los candidatos proyecten una imagen que se acerque más al ideal de los electores en los períodos de campañas (Martín Salgado, 2002).

En el caso de los electores neoleoneses se observa que quienes votan por candidato consideran en mayor porcentaje que la apariencia física influye mucho o algo en su decisión de por quién votar (29%). Y para quienes votan por partido político o propuestas de gobierno la importancia de la apariencia física disminuye a un 22%, en ambos casos.

El conocer las piezas de información –cues– acerca de la política, en las que el elector se basa para tomar sus decisiones, para definir el sentido de su voto, es otro elemento clave en el análisis.

Quienes votan por un partido político o propuestas de gobierno son quienes se muestran más satisfechos en cuanto a la información que reciben. El 62% y 61%, respectivamente, considera que sí recibió la información suficiente para decidir su voto durante las últimas campañas electorales, a diferencia del que vota por candidato, en donde sólo el 52% lo percibe de la misma manera.

Además de conocer si reciben la información suficiente, es valioso saber cuál es la información que requieren durante las campañas electorales para decidir su voto. De manera general comparten la necesidad de conocer las propuestas de gobierno, la trayectoria del candidato y sus resultados, así como de su currículum vitae. Sin embargo, quienes votan por candidato muestran un mayor interés en información referente al mismo: su currículum, trayectoria y resultados, en el 58% de los casos. Quienes votan por propuestas de gobierno dan un valor importante a la información que puedan tener de las mismas (37%) y al currículum del candidato (25%). El 41% de quienes votan por partido político requiere información sobre las propuestas de gobierno, ya que al tener definido su voto para un partido en particular la información respecto al candidato no tiene tanto peso.

En cuanto a los medios de comunicación y grupos de influencia, las investigaciones muestran que el elector mexicano se informa de política a través de la televisión, principalmente. La convivencia con familiares, amigos y compañeros de trabajo o escuela le sigue en orden de importancia. Y la radio y los periódicos ocupan el tercer y cuarto lugar (Moreno, 2003). En los siguientes párrafos se analiza si los electores neoleoneses que votan por partido político, candidato o por propuestas de gobierno dan la misma importancia a estos medios, mensajes e influencias.

De los grupos de influencia es la familia quien mayor poder tiene sobre quienes votan por candidato. El 43% considera que ésta influye mucho o algo en su decisión de por quién votar. Quienes votan por propuestas de gobierno consideran en menor porcentaje esta influencia (31%) y quienes lo hacen por partido político mantienen un valor promedio (35%).

Respecto a los medios de comunicación, el análisis muestra que los electores más influenciados por los medios de comunicación son quienes votan por propuestas de gobierno. De manera general, el 38% de los mismos considera que los medios de comunicación influyen mucho o algo en su decisión de por quién votar. Y en lo particular, los debates y noticieros por televisión tienen mucho o algo de influencia en su decisión de voto (51% y 50%, respectivamente).

Aunque el impacto de los medios de comunicación por Internet es aún poco, son quienes votan por propuestas de gobierno y candidato quienes consideran en mayor porcentaje (10%) que éstos influyen mucho o algo en su decisión de por quién votar.

Ahora bien, el contraste lo hacen quienes votan por un partido político en particular, ya que son los menos influenciados por los medios de comunicación. Sólo una cuarta parte considera que éstos tengan mucho o algo de influencia en su decisión de por quién votar. Los debates por televisión, noticieros y medios de comunicación en Internet, también tienen el menor porcentaje de influencia (39%, 41% y 4%, respectivamente).

La influencia que reciben de los medios de comunicación quienes votan por candidato es similar a la del elector neoleonés promedio, es decir, influyen mucho o algo en el 33% de los casos. Los debates y noticieros tienen una influencia –mucho o algo– en el 47% y 47% de los casos, respectivamente.

Lo que vale la pena destacar sobre quienes votan por candidato, es que son los más influenciados por los spots televisivos. El 43% considera que éstos influyen mucho o algo en su decisión de por quién votar. Respecto a esta herramienta, son nuevamente quienes votan por partido político los menos influenciados. Sólo el 31% considera que influya mucho o algo en su decisión de por quién votar.

Este tipo de influencia guarda mucha lógica, ya que los spots políticos –una de las tres principales herramientas televisivas utilizadas en el marketing político– se caracterizan por la primacía de la imagen de los candidatos, lo cual es de suma importancia para quienes votan por candidato. El investigador Raúl Trejo Delarbre (2006) menciona que los electores-espectadores eligen el mejor spot, sin tener en cuenta lo esencial: el programa político del candidato.

En el análisis de la evaluación retrospectiva del elector neoleonés se observa que quienes se muestran más positivos son quienes votan por candidato. El 32% considera que la situación económica del estado de Nuevo León está mejor que hace un año y un 44% igual. Los más negativos son quienes votan por propuestas de gobierno, ya que el 37% considera que la situación está peor y un 34% igual. La postura de quienes votan por partido político es más neutral, es decir, se asemeja al elector promedio. El 31% considera que está mejor y un 36% igual.

La importancia de esta variable es que quienes perciben un mal desempeño, como los que votan por propuestas de gobierno, disminuyen las probabilidades de apoyar al partido en el gobierno y tienden a aumentar las de voto por un partido de oposición (Berlanga, 2009). O quienes perciben un buen desempeño, como los que votan por candidato, aumentan su apoyo al partido en el gobierno.

CONCLUSIONES

Como se puede observar, nos encontramos ante tres perfiles de electores muy particulares: Los partidistas, los personalistas y los inconformes.

El elector que vota por partido político, el partidista, es quien más considera que se vive en democracia; sin embargo, realiza el esfuerzo mínimo –indispensable– para entender o involucrarse en política. Es quien asocia la democracia más con la selección de funcionarios y, una vez electos, que sean éstos quienes tomen las decisiones necesarias por el resto de los ciudadanos. Y hasta muestran su aprobación de que el funcionario pueda aprovecharse de su puesto mientras haga cosas buenas.

Su perfil refleja su baja disposición para aceptar relacionarse con personas distintas a su forma de ser, de pensamientos distintos a los suyos. Como es el caso de quienes practican una religión distinta, el periodista, personas con SIDA o VIH, por mencionar algunos.

En cuanto a su participación política, también busca el esfuerzo mínimo, sabe que tiene la obligación moral de votar y por tal razón lo realiza, principalmente. Cuando se trata de tiempos electorales, considera que recibe la información suficiente y poco influyen los medios de comunicación en su decisión de por quién votar. Es un elector que tiene tan definido el sentido de su voto (por cuál partido político), que da poca importancia a las herramientas del marketing político que se utilizan durante las campañas: Debate televisivo, spots políticos, así como los noticieros en televisión e Internet.

En cuanto a su perfil sociodemográfico, es un elector con niveles bajos de escolaridad e ingresos, en contraste de quienes votan por candidato o por propuestas de gobierno.

En cambio, el que vota por candidato, el personalista, es aquél al que se le puede considerar como un ciudadano más activo, interesado en la política, con una actitud más positiva o favorable en cuanto a la democracia y el rumbo que lleva su estado.

Su satisfacción con la democracia se ve reflejado en las evaluaciones aprobatorias –satisfactorias– que hace de distintas instituciones, como el percibir que cuenta con elecciones limpias, que el desempeño de las organizaciones empresariales o sindicatos para el fortalecimiento de la democracia es adecuado, que existe un avance significativo en los últimos cinco años en el acceso de información y transparencia en las instituciones del país, que al participar en mayor grado en instituciones de carácter político –como los sindicatos–, la evaluación hacia éstas es mejor. Es un elector que, como su nombre lo dice, está interesado en la imagen, por ello es en quien influye más el aspecto físico de los candidatos en las elecciones. Pero también es quien muestra mayor aceptación en relacionarse con personas que por su profesión o estilo de vida pueden proyectar cierta imagen en la sociedad, como empresarios, políticos, periodistas, deportistas, etcétera.

En cuestiones electorales es quien más considera que no cuenta con la información suficiente para decidir su voto, y lo que arroja el análisis es que desea más datos sobre los candidatos: trayectoria, currículum, resultados. Ciertamente, parte de esta necesidad la satisface con los spots políticos, ya que es el más influenciado por los mismos. También influye de manera significativa la familia en su decisión de por quién votar.

En cuanto a su perfil sociodemográfico, es un elector con un mayor nivel educativo y de ingresos del que vota por partido político e igual al de quien vota por propuestas de gobierno.

El elector que vota por propuestas, el inconforme (se le denomina de esta forma porque es un ciudadano más crítico con el rumbo que lleva el estado, con el funcionamiento de la democracia, y por ende, con la creencia de que se viva en una), aunque apoya que los gobernantes tomen las decisiones importantes por los ciudadanos, no está de acuerdo en que se puedan aprovechar de sus puestos. También es más crítico en cuanto al desempeño de las instituciones: tiene una alta percepción de factibilidad de fraude electoral y considera que poco se ha avanzado en la transparencia y el acceso a la información.

Aunque es un ciudadano que tiende a la crítica, también es el ciudadano más pasivo, políticamente hablando, ya que sus intereses están más enfocados a aspectos de la vida social, como escuela, religión y organizaciones deportivas, fuera del ámbito político. Tan es así, que aceptaría relacionarse en mayor grado a personas consideradas como minorías o vulnerables que a una persona relacionada con la política.

Es un ciudadano que ve su participación en las elecciones como una oportunidad para lograr su deseo de cambio.

Este tipo de elector pareciera estar buscando <<razonar más su voto>>, ya que intenta dejar a un lado las influencias de terceros, como es el caso de la familia; sin embargo, es el más influenciado por los medios de comunicación. No solamente de las herramientas de televisión como el debate televisivo, los noticieros, sino también por la Internet. De acuerdo a los resultados de la encuesta, es un elector más despolitizado y utiliza las comunicaciones de las campañas electorales como únicas fuentes para orientar su decisión de por quién votar.

En cuanto a su perfil sociodemográfico, al igual que el que vota por candidato, tiene un nivel educativo y de ingresos mayores de quien vota por un partido político.

Retomando la teoría de la sofisticación política, la decisión de la elección con base en el partido político la hacen quienes tienen el menor nivel de sofisticación política; sin embargo, contrario a lo que sucede en Estados Unidos, en México no es tan claro que exista un nivel de sofisticación política diferente entre los que deciden en función del candidato y las propuestas de gobierno. Hay evidencias encontradas y, por lo mismo, dependiendo de los reactivos que se analicen puede variar el mismo. Se requieren mayores estudios y, particularmente, más cercanos al momento de la toma de decisión para poder profundizar en dicho análisis.

Respecto a la clasificación de cultura política de Almond y Verba, se observa en el caso del elector neoleonés que no existen culturas <<puras>>, sino una combinación de ellas.

Los electores que votan por un partido político en particular son quienes tienen más una cultura política que tiende a la parroquial, ya que cuentan con los niveles más bajos de conocimiento de su sistema político, de sus gobernantes. Además de ser los electores menos interesados en la política o de hablar de ella con terceros. Consideran que poco pueden influir en las decisiones del gobierno, por lo que asocian la democracia solamente con la elección de funcionarios.

Quienes votan por propuestas de gobierno muestran una tendencia a la cultura de súbdito. Aunque mantienen un nivel de conocimiento mayor de la política que quienes votan por partido político, poco se involucran en las acciones de gobierno. Su función es más de espectadores, de críticos de los resultados del gobierno. Además, no muestran interés por participar en actividades políticas, a diferencia de las de carácter social, en donde son más participativos que los otros tipos de electores neoleonés.

Los electores que se asemejan un poco más a la cultura participativa son quienes votan por candidato. Cuentan con mejores niveles de conocimiento de la política, de sus gobernantes. Muestran mayor interés en la política y se observa que se sienten parte del gobierno, porque participan activamente en instituciones de carácter político en mayor grado que el resto de los electores neoleonés.

REFERENCIAS

- Almond, Gabriel, y Sydney Verba (1963). *The Civic Culture: Political attitudes and Democracy in Five Nations*. Newbury Park: Sage Publications.
- Aristóteles (1999). *Política*. Décimo octava edición. México: Porrúa, Libro primero, Cap. 1 (pp. 157-159), Libro tercero, Caps. 1, 2, 4 y 5 (pp. 197-207).
- Basinger, Scott J. y Howard Lavine (2005). <<Ambivalencia, Información y elección electoral>> en *The American Political Science Review* Vol. 99, No. 2 (Mayo) pp. 169-184.
- Becerra, R., P. Salazar y J. Woldenberg (2000). *La mecánica del cambio político en México: Elecciones, partidos y reformas*. México, D.F.: Cal y Arena.
- Berlanga, José Luis. (2009). <<Perfil del elector neoleonés>>. Reporte Ejecutivo. Fundamentación Teórica. Documento para la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Bobbio, Norberto (1996). *El futuro de la democracia*. 2ª ed. México, D.F.: FCE, p. 24.
- Campbell, Angus, G. Gurin, Warren E. Miller y Donald Stokes. *1960/1980, The American Voter*, Midway Reprint, Chicago: The University of Chicago Press.
- Castoriadis, Cornelius (1998). *El ascenso de la insignificancia. Las encrucijadas del laberinto IV*, Madrid: Cátedra/Universitat de València, especialmente <<La democracia como procedimiento y como régimen>>, pp. 218-238.
- Converser, Philip E. (1964). <<The Nature of Belief Systems in Mass Publics>>, en David Apter (comp.), *Ideology and Discontent*, Nueva York: Free Press, en Moreno, Alejandro (2003). *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D.F., FCE, México.
- Davidson, Roger y Walter Oleszek, (2001). *Congress and Its Members*. 8ª ed. Washington, DC: CQ Press.
- Durand Ponte, Víctor Manuel (2004). *Ciudadanía y cultura política: México, 1993-2000*.
- Howell, Susan C. (1986). <<Candidatos y actitudes: revisitando la pregunta de la causalidad>> *The Journal of Politics*. Vol. 48, No. 2 (Mayo) pp. 450-464.
- Luskin, Robert C. (1987). <<Midiendo la sofisticación política>> *American Journal of Political Science* 31 (November) pp. 856-899.

- Martín Salgado, Lourdes (2002). *Marketing político: arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.
- Merino, Mauricio (2001). *La participación ciudadana en la democracia*. Biblioteca Jurídica Virtual. [Recuperado en <http://www.bibliojuridica.org/libros/libro.htm?l=499> el 20 de septiembre de 2008].
- . (2003). *La transición votada*. México, D.F.: FCE.
- Moreno, Alejandro (2003). *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D.F. FCE.
- O'Donnell, Guillermo, Whitehead, Laurence, Mariani, Rodolfo, et al. (2008). *Democracia, Estado, ciudadanía. Hacia un Estado de y para la democracia en América Latina*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Volumen 2.
- Opazo Marmentini, Juan Enrique (2000). <<Ciudadanía y democracia>>, en *Metapolítica*, vol. 4, núm. 15, pp. 55-63.
- Parás, Pablo (2006). *Cultura política de la democracia en México*: LAPOP.
- Putnam, Robert (2001). <<Tuning in, tuning out: The strange Disappearance of Social Capital in America>>, en Niemi, Richard G., y Herbert F. Weisberg (1993). *Controversies in Voting Behavior*. Washington: Congressional Quarterly Press.
- Sartori, Giovanni (2003). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus.
- Trejo, Raúl (2006). *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México, D.F.: Cal y Arena.
- Woldenberg, José y Luis Salazar (1997). *Principios y valores de la democracia*. 3ª ed. México, D.F.: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, núm. 1.

CAPÍTULO 4
INTERÉS POR LA POLÍTICA
E IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

INTERÉS POR LA POLÍTICA E IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

Esthela Gutiérrez Garza
José María Infante Bonfiglio

La <<aparición>> de la identificación partidaria

La identificación partidaria, entendida como la autodefinición consciente de una persona sobre su ubicación positiva con relación a un partido político, ha tenido siempre un amplio interés, especialmente en épocas ya pasadas, en las que los partidos políticos solían tener una presencia mayor en la vida política, como reguladores y cadenas de transmisión entre el Estado, el gobierno y la ciudadanía. De todas maneras, y en la medida en que los partidos políticos sigan siendo instituciones indispensables en la vida democrática, la dinámica con la que opera la identificación partidaria será un asunto de interés para todo ciudadano y todo estudioso de los procesos políticos.

La escuela de Michigan, cuyas ideas se gestaron en el *Survey Research Center* de esa universidad, comenzó a desarrollar una serie de estudios de opinión desde 1950. En 1960 se publicó *The American Voter*, donde se establecían dos principios teóricos importantes. Primero, que las decisiones de los votantes estaban determinadas en gran medida por su socialización política, o sea la herencia familiar, antes que factores como la ideología, los asuntos en disputa o la evaluación sobre la capacidad de los candidatos (McLean y McMillan 2003). La segunda fue identificar como factor estabilizador lo que se llamó Identificación partidaria, a la que se consideró estable aun cuando en una determinada elección podría emitirse un voto a favor del candidato presidencial contrario.

Algunos años después, la escuela de la elección racional desarrolló una teoría opuesta a la de identificación partidaria, por considerar que ésta negaba lo que era una condición básica de la especie humana; se debe decir que en la actualidad, bajo la denominación de teoría de la elección racional caben muchas aproximaciones, aunque su origen debe ubicarse en la transferencia metafórica al ámbito de la política de los conceptos derivados de las discutibles teorías económicas liberales. Deben separarse, asimismo, los diferentes aspectos de la identificación partidaria de otros fenómenos de identificación social y cultural, como la identificación religiosa, la identificación étnica y

otras más; aún cuando haya aspectos coincidentes tanto desde el nivel de análisis psicológico como desde el nivel social, no deben confundirse, aunque se presenten a veces de manera combinada y superpuesta. El presente estudio se centra específicamente en la identificación partidaria en el estado de Nuevo León, dejando a un lado todas las otras formas posibles. Incluso, dadas las particulares condiciones en que se han desenvuelto y se desenvuelven los partidos políticos en México, tampoco se pretende establecer relaciones entre identidad partidaria y valores ideológicos.¹

En lo relativo al interés por la política, como todas las demás formas de interés demostradas por los seres humanos, se asocia a la motivación para actuar en un cierto ámbito, y algunas escuelas psicológicas han entendido que se desarrolla a partir de condiciones biológicas (a veces hasta el extremo de declarar al interés como innato o genéticamente determinado), desechando la enorme cantidad de investigación y confirmación empírica sobre los determinantes socioculturales de la formación de las estructuras psicológicas, admitiendo que esas construcciones sean el resultado de las particulares vivencias subjetivas de cualquiera y todo ser humano. El interés por la política está asociado a las múltiples y diversas formas de participación política de los agentes sociales y presenta dificultades metodológicas importantes a la hora de su medición o ponderación. El interés por la política puede ser tomado como una medida (no la única) del compromiso político, pero no debe confundirse con la actividad política. El interés por la política ha sido tomado en ocasiones como una medida de la verdadera actividad política porque puede involucrar tanto a políticos como a ciudadanos comunes, permitiendo ciertas comparaciones (Brady 1999). Es importante destacar que el interés por la política variará entre diferentes agentes sociales, según sea su mayor o menor grado de involucración en las estructuras políticas. Para los ciudadanos comunes, sin embargo, el interés por la política no suele manifestarse en actividades específicas, sino sólo en una cierta actitud expectante difícil de medir, porque los comportamientos correspondientes son informales y segmentados.

La hipótesis específica que se pretende manejar aquí es la siguiente: es esperable que a mayor identificación partidaria se presente mayor interés en la política, en esa sucesión temporal y no a la inversa. Esto último supone

1 El término partidario en español es la traducción o el equivalente del vocablo inglés *partisanship*, el cual connota de manera un tanto diferente; mientras en español hablamos de identificación partidaria como una simple preferencia por un partido o grupo que no implica mayores compromisos personales, en inglés el término, que proviene del francés y de variantes antiguas del italiano (*partisan*, *partigiano*), con el significado de parte o parcial, posee una connotación más fuerte, ya que se refiere a la adhesión irracional a una causa política (los guerrilleros antinazis eran *partigiani*). De todas maneras, la mayoría de los cuestionarios y otras formas de construir el dato no permiten establecer esta diferencia de intensidad.

contemplar problemas metodológicos que no pudieron preverse en la confección del cuestionario, de manera que se tomará la relación como bidireccional, sin importar la temporalidad y sin perjuicio de un diseño de investigación futuro que tome en cuenta esta particularidad.

Los análisis de mitad del siglo XX

El original *The American Voter* (Campbell, Converse, Miller y Stokes 1960), se publicó como reporte de las elecciones presidenciales estadounidenses de 1952 y especialmente, las de 1956. Las encuestas que se levantaron en la ocasión se convirtieron en la norma para ese tipo de actividades y se han llevado a cabo cada dos años desde 1952; actualmente patrocinadas por la *National Science Foundation*. Los partidos políticos y otras instituciones habían desarrollado y desarrollan sus propias encuestas, en una práctica que se ha extendido por todo el mundo y a la que México también se incorporó aunque con retraso. Es mucho también lo que se ha progresado desde entonces y tanto las técnicas de muestreo y análisis estadístico como la construcción y recolección de datos han sido modificadas a favor de la precisión en la predicción de resultados electorales, así como en la comprensión del comportamiento político individual. Pero en algunos aspectos no se ha podido avanzar mucho, quizá porque ciertos elementos del comportamiento político individual son más estables de lo que se cree. Los primeros partidos políticos que asociaban su nombre con <<trabajo>> o <<trabajador>> aparecieron en los Estados Unidos entre los años 1820 y 1830 (Lipset 1987), con lo que se trataba de identificar una cierta posición de clase (o al menos de ocupación) con un partido político.

La construcción de un modelo teórico de identificación partidaria supone un complejo proceso de retroalimentación en el cual la identificación partidaria (proceso de <<ida>>) responde a la imagen que el partido político proyecta (proceso de <<vuelta>>), en el que los componentes (o variables) son múltiples y actúan en varios niveles y con distinto grado de fuerza o impacto, todo ello procesado en las estructuras psíquicas subjetivas de agentes sociales con intereses diversificados y combinados. Analizar la imagen que los partidos proyectan también está fuera de los alcances de este estudio, de manera que puede ser caracterizado como <<unidireccional>>. Por otra parte, en la medida en que en todas las sociedades los partidos han ido perdiendo identidad y coherencia ideológica y las adhesiones de los votantes se centran más en cuestiones circunstanciales o en la imagen de candidatos, los que son evaluados de manera personal y no como integrantes de un

colectivo con el que comparten propiedades, las identificaciones partidarias encuentran su fundamento en procesos afectivos y no en componentes lógico-racionales; además, las identificaciones partidarias parecen formar parte del autoconcepto personal. La identificación partidaria está condicionada por el sistema de partidos, es decir por las relaciones de cooperación y conflicto que establecen los partidos políticos en un determinado sistema político, lo cual a su vez está condicionado por el sistema electoral y el régimen político.

En los Estados Unidos, cuando se les pide a las personas que se clasifiquen a sí mismas como republicanas o demócratas, la gente parece contestar de buena gana sobre su posición y los estudios tipo panel presentan estos vínculos como estables a través del tiempo (Lewis-Beck, Jacoby, Norpoth y Weisberg 2008). La encuesta de *National Election Studies* presenta siete puntos de anclaje en una escala de ocho posiciones: demócrata fuerte, demócrata débil, demócrata independiente, independiente, republicano independiente, republicano débil, republicano fuerte y una categoría residual, la de <<apolítico>>. Las posibilidades de aplicar una escala similar en nuestro país son nulas, dado que el sistema político mexicano no funciona con la lógica del bipartidismo estadounidense. Roderic Ai Camp (1995) señalaba, hace ya muchos años para estas cuestiones, que los ciudadanos mexicanos tienden a ubicarse como lo que los ciudadanos estadounidenses llaman independientes, mientras que en los Estados Unidos, en el año 1988, 35 por ciento se proclamaba demócrata, 28 por ciento republicano y un 37 por ciento, más de la tercera parte, no se pronunciaba. En México, en 1991, 56 por ciento de los ciudadanos no se identificaba con ningún partido político y aun cuando en 1994 la cifra habría bajado al 43 por ciento, todavía estaba por arriba del vecino país.

En las elecciones presidenciales estadounidenses de 2000 y 2004, el 95 por ciento de quienes declaraban ser fuertemente partidarios votaron por el mismo partido, lo cual muestra la fuerza de la relación. En las elecciones presidenciales de 2000 y 2004, el 97 por ciento de quienes se declaraban fuertemente demócratas votaron por el candidato presidencial demócrata, mientras que por el lado republicano, el 98 por ciento para el año 2000 y el 97 por ciento para el año 2004 de quienes decían ser fuertemente republicanos votaron por su candidato presidencial. Los datos parecen confirmar la teoría de Michael Lewis-Back (2008) y sus asociados de que la identificación partidaria es uno de los pocos factores antecedentes que afectan las actitudes de la gente hacia los candidatos y los temas de las campañas.

Las dos grandes familias de teorías que se han desarrollado para explicar el comportamiento electoral oscilan entre dos polos: por un lado,

los que insisten sobre la permanencia en el tiempo de elecciones explicadas por características grupales o de estatus de los individuos y por otro, las que atribuyen un carácter cambiante a la toma de decisiones en función de la subjetividad de los participantes (Bréchon 2006). Notoriamente, los mercadólogos de la política parecen aferrarse a las del segundo tipo, mientras que quienes intentan tener una visión menos comprometida con la subsistencia personal adoptan una de las tantas teorías que se desarrollan entre estos dos polos. Como ejemplo de las primeras, ya se habían publicado en Francia, a principios del siglo XX, teorías que atribuían el voto a ciertas características geográficas que imponían a los individuos una cierta perspectiva en asuntos políticos (y si se analizan los diferentes artículos publicados a raíz de la elecciones presidenciales mexicanas de 2006 podremos comprobar su supervivencia). En el extremo opuesto, podemos encontrar las teorías de la elección racional. Anthony Downs (1957) es considerado por la mayoría de los politólogos como el fundador o creador de esta perspectiva; adoptando la teoría del hombre racional de la economía liberal, propuso un modelo de hombre político semejante al *homo economicus* que busca a través del voto optimizar sus ganancias. Más allá de las dificultades conceptuales, la teoría no ha recibido suficiente evidencia empírica para sostenerse, salvo que tomemos la optimización de las ganancias como un imaginario de amplio espectro. Varios estudios, por otra parte, han demostrado que el juicio sobre la economía no constituye la variable más importante para explicar el voto.

Por otra parte, la identificación partidaria puede ser considerada como una actitud específica y por lo tanto sometida a las mismas condiciones que rigen para todas las actitudes, incluyendo los fenómenos de cambio de actitud (Sniderman, Brody y Tetlock 1993). Finalizando su complejo estudio sobre la estabilidad de la adherencia partidaria individual y sus relaciones con el comportamiento político, estos autores concluyen con tres sentencias relacionadas: 1, la identificación partidaria no es sólo una causa sino también el efecto de percepciones y evaluaciones políticas; 2, la fuerza del componente de identificación es estable para los pocos votantes en los que es el componente direccional; 3, las respuestas individuales a los sucesivos sondeos de identificación partidaria reflejan la acción de fuerzas políticamente relevantes, las diferencias en las respuestas no son simplemente una medida de error.

Una pregunta que se deriva de lo anterior es hasta qué punto las campañas electorales pueden influir en la determinación del voto y hasta qué punto la información que se transmite puede cambiar el sentido del voto. Richard Lau y David Redlawsk (2006) presentan cuatro modelos básicos

para explicar la toma de decisiones en una votación, en los cuales una serie de factores se combinan de diferentes maneras para explicar el proceso de voto. Su marco teórico parte de cuatro conjuntos de factores que actúan como variables independientes en el proceso: 1, las características demográficas básicas de los votantes, que incluye sus disposiciones partidarias; 2, el grado de expertización política; 3, los requerimientos de la tarea, que los autores proponen designar como factores de la campaña; estos tres determinan conjuntamente 4, la naturaleza percibida o subjetiva de la toma de decisiones. Los cuatro modelos propuestos son el modelo de elección racional, el modelo de toma de decisiones confirmatoria, el modelo de toma de decisiones rápida y frugal y el modelo de toma de decisiones intuitiva semiautomática. Se pronuncian por el primero por ser el que, según ellos, permite la mejor calidad en la toma de decisiones; más allá de la verosimilitud de esta aseveración, debe quedar claro que el problema no está en la validez de los modelos teóricos que podamos proponer para explicar el comportamiento humano, sino de los procesos reales por los que los ciudadanos toman decisiones conforme a uno u otro de los modelos. Dado que todos los conjuntos de factores son tamizados en función de la percepción personal (que siempre será subjetiva), la asimilación de uno u otro tipo de información responderá a la forma en que ésta es presentada y a los procesos conscientes e inconscientes por los cuales se incluyen en el sistema cognitivo de un individuo. Este trabajo (y otros similares) que constituyen una sofisticación del mito del votante racional, podrían mejorar bastante si se consultara la extensa obra del premio Nobel de economía Daniel Kahneman.²

Porque el mito del votante racional es, como todo mito, persistente y difícil de erradicar (Caplan 2007). Pero si se analiza la enorme cantidad de decisiones que se toman todos los días, no sólo en política, sino en cualquier actividad, podrá verse cómo no sólo no pueden ser explicadas racionalmente, sino que en muchos casos son contradictorias entre sí y en la mayoría de las ocasiones no se tiene conciencia de ello. El problema tiene varias dimensiones, que en algunos casos impiden una comprensión adecuada, una de ellas es la (in)capacidad de los científicos sociales para predecir el comportamiento; otra es la aceptación teórica de un componente irracional en el comportamiento humano; otra más es la inconsistencia a la que se enfrenta quien quiera ubicar la explicación de lo racional por lo irracional y viceversa.

2 Por cierto que en otro texto, Richard Lau (2003) señala que la decisión de voto suele hacerse generalmente a partir de una evaluación global de los diferentes candidatos, sin tener en cuenta las alternativas; cualquier elección supone la existencia de alternativas, creencias sobre los posibles resultados y valores asociados con esos resultados, todos los cuales no pueden presentarse como componentes racionalmente determinables.

El interés por la política no es la única forma de manifestar atracción por la política, así como la participación electoral no es la única forma de participación política. El ideal de la democracia representativa supone la existencia de ciudadanos interesados en estar suficientemente informados como para poder elegir el programa y el candidato más adecuados. Sin embargo, las encuestas muestran que, en Francia por ejemplo, los ciudadanos que dicen estar muy interesados en la política raramente superan un 12 por ciento, mientras que quienes dicen no tener ningún interés en la política oscilan en alrededor del 20 por ciento (Bréchon 2006). En Francia (y en general en Europa) se puede encontrar un mayor interés por la política a medida que aumenta la edad e igualmente con el nivel de estudios; pero el nivel de estudios ha estado aumentando constantemente entre la población más joven, lo cual haría pensar que los jóvenes deberían mostrarse más interesados en la política, lo que no ocurre. La escolarización parece derrumbar el interés por la política. Por otro lado, la pregunta sobre el interés por la política está encubriendo una variedad enorme de situaciones, dado que la actividad política y los políticos, en todo el mundo occidental, no gozan de buena reputación y la imagen de ellos está compuesta por una serie de elementos negativos; de manera que podemos encontrarnos con personas que poseen interés genuino en asuntos políticos pero que responden negativamente a la pregunta directa. El campo de la política como un campo dividido entre dominantes y dominados, donde los primeros son los que poseen interés mientras los segundos se adaptan pasivamente a las decisiones de aquéllos es demasiado simple y seguramente no se corresponde con la realidad. El interés por la política conduce, sin duda, a un mayor conocimiento y competencia en el campo, pero no se traduce automáticamente en participación o realización de actividades específicas. También pueden encontrarse variaciones en la autoconciencia del interés por la política según las circunstancias sociohistóricas en las que se realiza el estudio. Lawson y Moreno (2007) encontraron una variación de 12 puntos para el caso de México: en octubre de 2004, la tercera parte de los mexicanos dijo estar muy interesado o algo interesado en política, mientras que en julio de 2006, poco después de la elección presidencial, los que decían estar interesados en la política llegaban al 45 por ciento.

En los últimos tiempos, por otro lado, la socialización política (y las otras formas de socialización) se ha desplazado desde la base familiar a los medios de comunicación, en un complejo proceso de cuyas dimensiones y sus interrelaciones no tenemos todavía un modelo claro.

Existen en los Estados Unidos ciertas variables demográficas asociadas a la identificación partidaria. Por ejemplo, el desarrollo de la

adhesión demócrata es muy amplia entre las mujeres, si se controlan otros factores demográficos. También en los últimos años la adhesión entre los grupos negros hacia el partido demócrata ha subido fuertemente desde los años 60 del siglo XX, correspondiéndose con una baja en la adhesión de los blancos sureños. Los judíos son predominantemente demócratas, aun cuando su número relativamente reducido en la población haga difícil captar el dato de manera confiable (Lewis-Back *et al.* 2008). Por otro lado, es esperable que los compromisos partidarios varíen a lo largo del ciclo de vida; es poco probable que sean fuertes entre los jóvenes, mientras que se espera que las personas de mayor edad desarrollen fuertes vínculos de relación con los partidos políticos. Asimismo, es esperable que la intensidad de la adhesión partidaria sea más fuerte entre los jóvenes que entre las personas de mayor edad. El pensamiento político popular tiende a asociar el incremento de la edad con la adhesión al partido republicano, en la medida en que se cree que con la edad se acentúan las tendencias conservadoras, de las que el partido republicano sería un representante más fiel que el demócrata. Si se analizan los datos combinados de los estudios electorales estadounidenses entre 1992 y 2004 no sólo no se puede sostener la hipótesis, sino que quedaría refutada. Es claro que puede discutirse la idea misma de que el partido republicano sea un partido conservador, pero la proporción de personas que se declaran fuertemente republicanas permanece estable a través de las diferentes cohortes de edad. Varios autores se adhieren a esta idea popular (Zaller 1992), sin tener en cuenta que el polo liberal/conservador tiene varias dimensiones ideológicas, según se ponga énfasis en las condiciones económicas o ético políticas de la acción.

En Europa, la identificación partidaria y el voto partidario tienden a coincidir (Berglund *et al.* 2005). Sin embargo, la identificación partidaria tiende a ser mucho más poderosa en Europa que en los Estados Unidos, dado que los sistemas políticos europeos, de régimen generalmente parlamentario, tienen como consecuencia que los principales actores del sistema político son los partidos y no los individuos. Sin embargo, en la medida en que la educación se ha extendido tenemos ciudadanos con un mayor grado de sofisticación con relación a sus conocimientos acerca de la política, mientras que estas sociedades han experimentado, al mismo tiempo, una gran expansión de los medios masivos. Estas dos condiciones hacen posible hipotetizar que la identificación partidaria declinará en los próximos años, pero sólo la evidencia empírica que pueda recogerse dentro de un tiempo permitirá asegurar esto.

En México, la Secretaría de Gobernación ha aplicado, en tres ocasiones, la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP), cuyo objetivo general es poseer una base de información estadística que tome en cuenta las características de la cultura política mexicana, además de ciertas prácticas de participación. Entre los objetivos particulares que pueden ser valiosos para nosotros aquí se cuentan la posibilidad de establecer un nivel de socialización política y el interés por la política entre los diversos sectores de la población. La primera ocasión en que se aplicó fue en el año 2001, con un cuestionario que incluía, entre otras, dos preguntas que pueden ser atractivas aquí: la pregunta *p3a_1*, <<En general, ¿qué tan interesado está usted en los asuntos públicos?>> con cinco alternativas (<<muy interesado>>, <<algo interesado>>, <<interesado>>, <<poco interesado>>, <<nada interesado>>)³ y la pregunta *p7q*, <<¿Es usted simpatizante de algún partido político?>>, también una pregunta cerrada de alternativas fijas (<<sí>>, <<no>>). Para todo el país, la primera pregunta recibió 12.2 por ciento para <<muy interesado>>, 21.1 por ciento para <<algo interesado>>, 24.6 por ciento para <<poco interesado>> y 16.9 por ciento para <<nada interesado>>. El que <<interesado>> no haya obtenido ninguna respuesta demuestra que la forma de la pregunta y las categorías de respuestas no fueron las adecuadas para conseguir el dato que interesaba. Con relación a la simpatía por partidos políticos, el <<sí>> recibió 33.5 por ciento de las respuestas, el <<no>> 65.8 por ciento y un irrelevante 0.6 por ciento no proporcionó respuesta alguna (lo cual también podría ser motivo de análisis sobre la calidad de la captación de los datos). Para la segunda encuesta (año 2003), que se aplicó en el año 2003, se hicieron cambios en el formato del cuestionario. La pregunta *p3a_1* fue sustituida por la *16*, <<En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?>> con cuatro alternativas, <<mucho>>, <<poco>>, <<nada>> y <<otra (ESP)>>. La pregunta *p7q* fue sustituida por la *66*, <<¿Con qué partido político simpatiza usted más?>> (sic), con una línea donde el encuestado anotaba el nombre del partido y con tres claves de codificación para <<ninguno>>, <<ns>> y <<nc>>.

3 En el cuestionario se señala como indicación para el encuestador que pregunte <<por qué>> a la respuesta dada por el encuestado, aunque ese dato no aparece en la base de datos que proporciona la Secretaría de Gobernación. Hay otras preguntas en las que no se proporcionan las claves (los estados de la República están codificados por número pero no se señalan los valores de los códigos y así con otras); dado que la encuesta proporciona importante información sobre la vida política del país, el IFE y quizá los mismos partidos políticos deberían exigir una publicación más transparente. De hecho, varios de los trabajos que hemos analizado aquí, como *The American Voter*, proporcionan la información abiertamente y cualquier ciudadano estadounidense o cualquier aspirante a un cargo público puede encontrar allí un conocimiento muy importante para diseñar sus políticas, sus estrategias de campaña o las posibilidades de apoyo a sus demandas sin tener que encarar por su cuenta una encuesta. Al reservarse este tipo de información, la Secretaría de Gobernación se coloca en una situación de privilegio con relación a los demás agentes políticos disponiendo a su servicio de elementos que deberían considerarse de bien público y así lo son en las democracias más avanzadas.

En la tercera ENCUP,⁴ que se aplicó en el año 2005, se mantuvo el formato de cuestionario de la segunda, lo que permite realizar comparaciones específicamente para Nuevo León, los datos fueron (Tablas 1 y 2):

TABLA N° 1: Relaciones entre interés por la política y simpatía partidaria en Nuevo León, 2003 (en porcentajes).

		¿Con cuál partido político simpatiza usted más?									
		PAN	PRD	PRI	PT	Se abstuvo	Ninguno	NS	NC	Total	
En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?	MUCHO	51.6		23.8			19.9	4.6		100	
		7.0		3.2			2.7	.6		13.5	
	POCO	27.4	.8	37.9	.3	2.0	27.8		3.8	100	
		13.9	.4	19.2	.1	1.0	14.1		1.9	50.6	
	NADA	8.1	.7	42.0	.9		48.0		.2	100	
		2.7	.2	14.0	.3		16.0		.1	33.3	
	OTRO (ESP)			64.6			24.8		10.6	100	
				1.6			.6		.3	2.5	
	Total		23.5	.7	38.1	.4	1.0	33.4		2.3	100

Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos de la 2ª ENCUP (2003)

4 Hay una cuarta ENCUP cuyos datos se publicaron después de la elaboración inicial de este estudio

TABLA N° 2: Relaciones entre interés por la política y simpatía partidaria en Nuevo León, 2005 (en porcentajes).

		¿Con cuál partido político simpatiza usted más?									
		PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	Ninguno	NS	NC	Total	
En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?	MUCHO	20.3	36.5	5.5	5.4		9.9	7.2	15.1	100	
		2.0	3.6	.6	.5		1.0	.7	1.5	10	
	POCO	33.9	26.2	8.2	1.8	1.3		6.9	3.5	100	
		17.6	13.5	4.3	1.0	.7		3.6	1.8	51.8	
	NADA	27.1	44.5	7.0			9.8	9.0	2.6	100	
		9.7	16.0	2.5			3.5	3.3	.9	35.9	
	O T R O (ESP)	50.5						49.5		100	
		.3						.3		.6	
	NS		100							100	
			1.1							1.1	
	NC		100							100	
			.7							.7	
	Total		29.6	34.9	7.3	1.5	.7	13.9	7.8	4.2	

Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos de la 3ª ENCUP (2005)

Comparando ambas tablas, varios detalles resaltan inmediatamente. En primer lugar, en la encuesta de 2001 no aparece 'NC' (no contesta) en la simpatía partidaria; segundo, la enorme diferencia entre las preferencias por el PRD entre la primera y la segunda ENCUP. Estas dos anomalías se deben, probablemente, a error en el diseño muestral o control de calidad inadecuado del trabajo de campo o a las dos cosas juntas. Como no tenemos las fechas del trabajo de campo, no podemos decir si la subida de las simpatías del PAN y la bajada en este rubro del PRI se deben a una tendencia real o a cuestiones circunstanciales. En los dos periodos, la ausencia de preferencia partidaria entre quienes dicen tener un alto interés en la política es muy elevada, negando la hipótesis inicial de este estudio, en el sentido de que el interés por la política debe estar asociado a la identificación partidaria.⁵ Nótese también

5 Tampoco se puede decir nada sobre el diseño de la investigación y la naturaleza de la asociación o dirección causal, dado que la información sobre el diseño de investigación de la ENCUP no facilita los datos para ello.

que en la segunda toma el número de quienes no contestan sobre simpatía partidaria y dicen tener un interés muy alto en la política sobrepasa el 15% de éstos y en la toma de 2003 la casilla estaba vacía (seguramente otro error del trabajo de campo). También puede destacarse que, salvo los tres partidos principales del ámbito nacional, los otros reciben escasa o nula simpatías. La variación es también importante en la columna <<ninguno>> con relación a la simpatía partidaria, que en la ENCUP 2003 tiene una marca (ESP) que indica que el encuestador debería preguntar el por qué de la respuesta. Haya dado o no alguna respuesta el encuestado, la base de datos no proporciona ninguna y ello implica ocultamiento de información importante para el análisis. En ambas ocasiones, dos de cada cinco de quienes dicen no tener interés por la política señalan como su partido más atractivo al PRI, lo cual puede interpretarse que la simpatía por el PRI se debe a la costumbre y no a una razón más explícita. También entre quienes dicen <<mucho>> de su interés por la política, los saltos entre las dos fechas son notorios: el PAN baja de 51.6% a 20.3 y el PRI sube de 23.8 a 36.5%. Dados los problemas técnicos y metodológicos que hemos mencionado, no nos animamos a formular ninguna interpretación al respecto.

El elevado porcentaje relativo del PT entre quienes están altamente interesados en la política en el 2005 podría sustentar la hipótesis de que en los sistemas pluripartidarios los partidos pequeños deberían recoger un mayor número de simpatías relativas que los grandes, lo cual tendría que ser confirmado en otros estudios que tuvieran en cuenta, además, la diferencia de grados en esas simpatías.

Sobre los neoleonés

A la larga tradición de estudios que sobre estos temas pueden encontrarse en los Estados Unidos, México se encontraría en una posición casi exactamente opuesta. No obstante, puede decirse que hay investigadores que han hecho un gran esfuerzo –no siempre apoyado institucionalmente de modo eficaz– por escudriñar sobre este aspecto de la realidad social (Buendía y Somuano 2003, Moreno 2003, Moreno y Méndez 2007, Poiré 2000, 2009a, 2009b, Somuano 2007). Por ejemplo, Poiré (2009b) encuentra que cuanto mayor es el compromiso político de un votante (evaluado por su interés declarado en la política, su conocimiento de la vida política, su exposición a los medios informativos y su disposición a la influencia partidaria), más probablemente concurrirá a votar. Su punto de partida son las teorías huntingtonianas (Poiré 2009), aplicables a la competencia entre sólo dos candidatos, como es el caso

de los Estados Unidos, pero cuya aplicación al electorado mexicano puede ser cuestionada: en aquellas condiciones, puede ser más beneficioso asegurarse un alto grado de apoyo para un pequeño conjunto de asuntos, antes que un grado relativamente bajo de apoyo para muchos asuntos.⁶ Con relación a las afinidades partidarias, Poiré (2000) encontró que los simpatizantes panistas (en las elecciones de 1997) parecían ser los menos duros en comparación con los simpatizantes de otros partidos y que la base electoral de ese partido se mostraba más dispuesta a votar estratégicamente⁷ que los otros partidarios. En lo que hace a la relación entre interés en la política e identificación partidaria, Poiré (2009) encuentra que los simpatizantes perredistas son los que manifiestan mayor interés en la política, lo opuesto al priísmo, mientras que los electores más afines al panismo expresan grados intermedios de interés, pero quienes se sienten más identificados con los tres partidos parecen tener más propensión a votar que aquéllos que se declaran independientes de adhesiones partidarias. Para Buendía y Somuano (2003), los factores que explican la participación electoral en las democracias de los países industriales avanzados, como la identificación partidista, la movilización y las formas de participación no electoral en los asuntos políticos, pueden ser inadecuados cuando se trata de entender el comportamiento electoral de los mexicanos. Los ciudadanos que creen que los políticos y los partidos experimentan poco interés por las necesidades ciudadanas suelen participar menos en las elecciones, así como quienes evalúan negativamente al sistema democrático. Asimismo muestran que la identificación con el PRD es un fuerte predictor de la participación electoral, lo que no ocurre con los otros partidos; en otros términos, podría decirse que los votantes PAN y PRI tienden a definirse como independientes en mayor proporción que los votantes PRD.

La medición del interés por la política y la identificación partidaria se hizo con la información obtenida de la encuesta realizada por la Comisión Estatal Electoral para dar sustento al *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*.⁸ Obviamente, siempre será posible señalar que pudieron haberse utilizado otros recursos técnicos para conseguir los datos adecuados, pero la construcción de una o más escalas específicas suele estar condicionada por alguno o varios inconvenientes prácticos que no estuvieron excluidos en esta investigación: 1, el tiempo disponible para construir una escala más

6 Estrategia que parece ser la que siguió la campaña electoral de Vicente Fox.

7 un votante estratégico es quien emite su voto por un candidato diferente de su opción más sincera (la más coincidente con sus opiniones políticas reales), en función de cálculos imaginarios de beneficios. En otras palabras, lo que algunos políticos mexicanos suelen llamar voto útil.

8 En el cual participaron la Universidad Autónoma de Nuevo León, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores, Campus Monterrey, la Universidad de Monterrey y la Universidad Regiomontana.

refinada técnicamente; 2, un cuestionario omnicompreensivo que reflejara todos y cada uno de los diferentes deseos y grados de importancia atribuidos por los participantes en la investigación; 3, la toma de conciencia, a partir de lo anterior, de que no podía profundizarse en un solo aspecto de todos los posibles. Así las cosas, los elementos del cuestionario que tratan de medir el interés por la política y la identificación partidaria que tomamos en cuenta en este análisis son algunas preguntas que atienden específicamente a las hipótesis que aquí planteamos. Para el interés por la política, se apela a la manifestación verbal autoconciente, es decir a respuestas a la pregunta <<En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?>> (7), con cuatro alternativas de respuesta: <<mucho>>, <<algo>>, <<poco>>, <<nada>>. Dado que el interés por la política, más allá de la respuesta cognitiva autoconciente suscitada por la pregunta anterior, puede manifestarse por comportamientos concretos, también se analizan las respuestas a la pregunta <<Por lo general, ¿acostumbra hablar de política con otras personas?>> (8) y las respuestas específicas a (9) <<Me puede decir si acostumbra hablar de política...>> con alternativas <<mucho>>, <<algo>>, <<poco>> para cada uno de los grupos de estatus que se presentan (padres, pareja, hijos, hermanos, abuelos, todos, otro, amigos, compañeros de trabajo, compañeros de estudio). En esta misma línea del comportamiento, otra pregunta interesante de analizar es (15) <<Durante el último periodo electoral, ¿asistió a algún evento político de campaña?>>; también (24) <<¿Me podría decir si acudió a votar en alguna de las siguientes elecciones?>>, con referencia explícita las elecciones estatales para gobernador de 2003 y de presidente de la República de 2006. Otros datos interesantes pueden surgir de las respuestas a la pregunta <<¿Sabe usted cuál o cuáles son los puestos públicos por los que se va a votar en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León?>> (30) en el supuesto de que quienes dicen tener interés por la política deberían tener un conocimiento más seguro o cierto sobre ello. En igual sentido debe analizarse la pregunta (32) <<¿Sabe usted cuál es el nombre de la institución que organiza la elección a gobernador en el estado de Nuevo León?>>. Por último, la pregunta (52) <<¿Simpatiza por lo general con algún partido político?>>, sería la última relacionada directamente con el problema que nos ocupa, aparte de considerar para el análisis ciertos datos sociodemográficos básicos, como sexo, edad, escolaridad, lugar de residencia, etc.

Yendo a los datos concretos,

TABLA N° 3. Respuestas a la pregunta
<<¿Qué tan interesado está usted en política?>> (en porcentajes)

opción	porcentaje
mucho	8.6
algo	22.3
poco	36.3
nada	32.5

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de la CEE. Para facilidad de lectura y comprensión, se omiten en general las respuestas 'NS' y 'NC'⁹

Hablar de política con otras personas puede mostrar un interés real en la política, más allá de las declaraciones personales sobre tener mucho o poco interés. Si se toma en cuenta las respuestas combinadas a ambas preguntas, se encuentra

TABLA N° 4. Respuestas a las preguntas
(7) <<¿Qué tan interesado está usted en política?>> y (8) <<Por lo general, ¿acostumbra a hablar de política con otras personas?>> (en porcentajes)

	(7) <<¿Qué tan interesado está usted en política?>>					
		mucho	algo	poco	nada	TOTAL
(8) ¿Acostumbra hablar de política con otras personas?	sí	7.5	14.0	12.2	5.1	38.9
	no	1.1	8.1	24.1	27.3	60.8
	TOTAL	8.6	22.3	36.3	32.5	100

$X^2: \alpha = .000$

9 Dado que esta aclaración es válida en general para todas las tablas que se presentan de aquí en adelante, se omitirá esta mención en lo sucesivo, salvo los casos que provengan de otra fuente.

Se encuentra que aproximadamente una cuarta parte de la población no tendría ningún interés por las diversas manifestaciones de la política (27.3%), mientras que en el otro extremo un 7.5% demuestran un alto interés en la política. El valor de la prueba estadística chi cuadrada muestra, por otra parte, un alto grado de asociación entre ambas respuestas. De todas maneras, hablar de política no parece ser un tabú: un porcentaje mucho mayor de quienes dicen estar muy interesados o algo interesados admite hablar de política.

El interés por la política no parece estar relacionado con la edad ni con la religión, aunque sí con la educación y el lugar de residencia. En cuanto a la religión, dado que una de las alternativas de respuesta (católica) alcanza un 83.7% de respuestas, las pruebas estadísticas de chi cuadrada se ven limitadas para encontrar asociación; es por ello que en lo que sigue no tomaremos en cuenta a la religión como una variable importante. Tampoco hay asociación entre religión e interés por la política si tenemos en cuenta la variable territorial, es decir que si tomamos en cuenta los habitantes del área metropolitana de Monterrey y los comparamos con el resto del estado, la relación permanece invariable. Quizá un diseño de investigación diferente, que implique otro tipo de cuestionario, podría dar datos significativos en este punto. Las pruebas estadísticas no muestran asociación con la edad, aunque la observación de los datos en bruto permite hipotetizar cierta relación, en el sentido de que a mayor edad habría mayor interés, acorde con lo que ya mencionamos más arriba.

Un punto especial es la cuestión de género. Una idea popular es que las mujeres muestran menos interés en la política; esta idea, de todas maneras, parece afirmarse en ciertos datos reales. Estos datos mostrarían una relativa menor participación de la mujer en la política (y de allí un menor interés en esta actividad), pero no se señala, la mayoría de las veces, cuál puede ser el proceso causal de esta condición. Nosotros encontramos aquí (Tabla n° 5).

TABLA N° 5. Respuesta a la pregunta (7)

<<¿Qué tan interesado está usted en política?>> y sexo del encuestado (en porcentajes)

		(7) <<¿Qué tan interesado está usted en política?>>				TOTAL
		mucho	algo	poco	nada	
Sexo del encuestado	hombre	4.7	9.8	17.3	14.4	46.0
	mujer	3.8	12.5	18.9	18.4	54.0
TOTAL		8.6	22.3	36.3	32.5	100

$X^2: \alpha=.225$

Por lo tanto, no se puede decir que el sexo determine mayor o menor interés en la política. En el caso de la educación, el interés por la política está asociado con el nivel de estudios alcanzado, tal como lo muestra la tabla n° 6.

TABLA N° 6. Relaciones entre el interés por la política y el nivel de estudios (en porcentajes)

		Interés por la política				TOTAL
		mucho	algo	poco	nada	
Nivel de estudios alcanzado	hasta primaria	6.4	14.8	34.0	44.4	35.2
	secundaria	5.2	23.4	38.6	32.3	27.7
	preparatoria	6.8	25.8	40.0	27.4	11.9
	técnica	19.7	31.8	30.5	18.0	14.7
	superior	11.3	27.4	41.1	19.6	10.6
TOTAL		8.6	22.3	36.2	32.5	100

$X^2: \alpha=.000$

En la escolaridad más baja, el desinterés por la política alcanza casi la mitad de los encuestados, porcentaje que se reduce paulatinamente hasta los niveles más altos de estudio, donde es menos de la quinta parte del segmento. Asimismo, en los que manifiestan alto interés en la política, se nota una reducción aunque proporcionalmente no tan marcada como el ascenso en la columna de nulo interés. Tampoco existe relación entre el interés por la política y el estado civil, ya que se reproduce la situación que mencionamos con relación a la religión: el 74.3% de la muestra se declara casado y con esa proporción en una categoría dada, las pruebas estadísticas de asociación suelen no dar ningún resultado significativo.

El hablar de política con las personas con las que se interactúa refleja también un interés por la política. Sin entrar aquí a discutir una teoría de los vínculos, es quizá el sujeto colectivo <<amigos>> el que tenga el mayor interés para nosotros en este estudio. Por otra parte, los vínculos amistosos, según algunos sociólogos urbanos, suelen ser más fuertes en las zonas de menor concentración urbana que en las grandes urbes metropolitanas. Los datos que obtenemos en este estudio se presentan en la tabla n° 7.

TABLA N° 7. Relaciones entre el interés por la política y la costumbre de hablar de política con los amigos, diferenciados según lugar de residencia (en porcentajes)

			Interés por la política				TOTAL
			mucho	algo	poco	nada	
¿Me podría decir si acostumbra hablar de política con amigos?	Área metropolitana de Monterrey	mucho	7.6	3.1	2.1	0.5	13.4
		algo	5.3	17.2	8.8	2.4	33.7
		poco	1.9	4.5	11.5	2.1	20.0
		no habla	2.1	6.7	7.9	6.0	22.7
	Total		17.4	37.2	33.9	11.5	100
	Resto del estado	mucho	10.1	5.1	2.0	1.5	18.7
		algo	7.1	17.2	10.1	2.5	36.9
		poco	3.0	5.1	9.1	4.0	21.2
		no habla	1.0	3.5	3.0	9.1	17.2
	Total		23.2	33.3	25.8	17.2	100

X^2 área metropolitana Monterrey: $\alpha=.000$; X^2 resto del estado: $\alpha=.000$

Como se puede apreciar, el lugar donde habitualmente se reside no hace ninguna diferencia sobre el hablar mucho o poco con amigos, aunque el interés por la política y el hablar de ella con amigos estén asociados altamente. De todas maneras, las categorías más altas y más bajas (mucho interés y hablar mucho; poco interés y no hablar) apenas llegan en un caso al 10% y en los otros es obviamente menor. Las categorías intermedias, las de hablar algo o poco y mostrar algún o poco interés por la política reciben, por lo tanto, la enorme mayoría de las respuestas.

También hay relaciones similares cuando se pregunta por el hablar con los compañeros de trabajo, pero como un análisis adecuado de esa respuesta pasa por tener en cuenta el tipo de trabajo que se realiza y ese dato no lo tenemos, no haremos más comentarios en este punto. Asimismo, se repiten las condiciones cuando preguntamos si hablan de política con otras personas del entorno familiar o social; quizá aquí estemos llegando a una verdad de Perogrullo: las personas que tienen alto interés en la política tienden a hablar de ello con quienes se relacionan, mientras que los que no demuestran interés en la política no hablan de política con nadie.

Aun cuando el interés por la política no debe traducirse siempre en actividad vinculada a algún partido político en particular, la pregunta por la asistencia a actos de campaña puede tomarse como un indicador relativo de ese interés y debería haber asociación entre ambas, a pesar de alguna de las prácticas habituales en nuestra cultura política. Las relaciones se muestran en la tabla n° 8.

TABLA N° 8. Relaciones entre el interés por la política y la asistencia a actos de campaña (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
Durante el último periodo electoral, ¿asistió a algún evento político de campaña?	Sí	3.9	7.3	10.4	6.3	28.0
	No	4.7	15.0	25.8	26.3	72.0
Total		8.6	22.2	36.2	32.6	100

$X^2: \alpha=.000$

Parece claro que quienes no tienen interés en la política no asisten o asisten escasamente a los actos de campaña, mientras que quienes manifiestan un gran interés en la política presentan una relativa ambivalencia. Puede llamar la atención ese 6.3% de quienes dicen no tener interés en la política y sin embargo asisten a los actos de la campaña; allí pueden localizarse los que mencionábamos como parte de ciertas prácticas políticas muy enraizadas en la cultura mexicana, pero no podemos inferir ello sin tener datos adicionales. Si tomamos en cuenta el sexo del entrevistado, la relación se mantiene, es decir que el sexo no presenta diferencia con respecto a la participación en actos de campaña y el interés en la política.

El interés por la política debería estar asociado a alguna forma de participación política y la forma más elemental de participación política en las democracias actuales es la emisión de votos en las elecciones. El cuestionario presenta dos preguntas que aluden directamente a ello: el acudir a votar en las elecciones de gobernador del estado en el año 2003 y en las elecciones presidenciales del año 2006. Los resultados se presentan en las tablas n° 9 y n° 10.

TABLA N° 9. Relaciones entre el interés en la política y la emisión de voto para gobernador en el año 2003 (en porcentajes)

			Interés en la política				Total
			mucho	algo	poco	nada	
¿Me podría decir si acudió a votar en la elección de gobernador del estado en el año 2003?	hombres	Sí	8.4	16.8	30.6	22.1	78.3
		No	1.8	3.9	6.8	6.5	19.0
	<i>Total</i>		<i>10.2</i>	<i>21.3</i>	<i>37.6</i>	<i>30.6</i>	<i>100</i>
	mujeres	Sí	6.4	19.0	28.2	23.8	77.8
		No	0.9	3.8	5.9	8.4	19.1
	<i>Total</i>		<i>7.3</i>	<i>23.1</i>	<i>35.1</i>	<i>34.1</i>	<i>100</i>

X^2 hombres: $\alpha=.194$; X^2 mujeres: $\alpha=.065$

TABLA N° 10. Relaciones entre el interés en la política y la emisión de voto en las elecciones presidenciales de 2006 (en porcentajes)

			Interés en la política				Total
			mucho	algo	poco	nada	
¿Me podría decir si acudió a votar en la elección de presidente de la República en el año 2006?	hombres	Sí	8.8	18.9	31.4	22.8	81.9
		No	1.6	2.0	5.8	6.3	15.8
	<i>Total</i>		<i>10.2</i>	<i>21.3</i>	<i>37.6</i>	<i>30.6</i>	<i>100</i>
	mujeres	Sí	6.8	19.8	29.4	25.3	81.7
		No	0.5	3.1	5.0	7.2	15.7
	<i>Total</i>		<i>7.3</i>	<i>23.1</i>	<i>35.1</i>	<i>34.1</i>	<i>100</i>

X^2 hombres: $\alpha=.146$; X^2 mujeres: $\alpha=.033$

Salvo para el caso de las mujeres en la elección presidencial del año 2006, no parece haber relación entre el interés por la política y el acudir a votar. Claro que debe hacerse una aclaración: como puede apreciarse en la columna de la derecha, el número de quienes dicen haber concurrido a votar es mucho mayor que el real. Para el caso de las elecciones de gobernador, el abstencionismo fue de 40.66%. En las elecciones presidenciales, llegó a 39.98% en el estado (IFE 2009). El punto es que la pregunta por la

concurrencia a las urnas toca un asunto relacionado con la deseabilidad social y en las preguntas de encuestas que mencionan aspectos de deseabilidad social la gente tiende a responder en términos de esta deseabilidad social y no en apreciaciones reales o correctas. Votar en las elecciones es algo que se inscribe como deseable en el imaginario social y por ello las respuestas que se obtuvieron. De todas maneras, para el caso de las mujeres en las elecciones presidenciales la asociación está clara, ya que el interés por la política se asocia a la concurrencia a las urnas.

Como ya se mencionó, el interés por la política debería reflejarse en un conocimiento mayor y más preciso sobre el funcionamiento de las instituciones políticas. Una oportunidad para ello es indagar sobre el conocimiento que tienen los habitantes de Nuevo León con relación a los próximos procesos electorales. La pregunta general indaga sobre el conocimiento que se tiene sobre los puestos que estarán en disputa en el próximo proceso electoral en el estado, con referencias explícitas al caso del gobernador, de diputados federales, diputados locales, senadores y presidentes municipales. Por razones de economía tomamos en cuenta solamente los casos de gobernador y senadores, tal como se presentan en las tablas n° 11 y n° 12.

TABLA N° 11. Relación entre el interés por la política y el conocimiento de los puestos públicos a votar: gobernador del estado (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
¿Sabe usted cuáles son los puestos públicos por los que se va a votar en las próximas elecciones? Gobernador	Sí mencionó	5.4	11.8	17.8	10.8	45.9
	No mencionó	2.6	8.6	15.7	19.1	46.3
	No sabe	0.6	1.7	2.6	2.5	7.4
Total		8.6	22.3	36.3	32.5	100

$$X^2 : \alpha=.000$$

Si se tiene en cuenta el sexo, la relación de significación estadística se mantiene en el caso de las mujeres ($\alpha=.000$), pero desaparece en el caso de los hombres ($\alpha=.051$). Ello porque a los hombres a quienes no les interesa la política parecen estar mejor informados, mientras que entre las mujeres se mantiene la relación original de la tabla, incluso con un ligero aumento: en las mujeres, la proporción de quienes no mencionan el caso de gobernador como puesto a renovar llega al 52.1%. Las relaciones de fuerte asociación se mantienen si se toman en cuenta otras variables sociodemográficas como lugar de residencia, ingresos, escolaridad y edad. O sea que la asociación entre el interés por la política y el conocimiento de que se votará el cargo de gobernador en las próximas elecciones no está influido por estas condiciones. Estimamos que en este caso era conveniente incluir la alternativa <<no sabe>> en el análisis dado que se trataba de un tema de información y conocimiento.

TABLA N° 12. Relación entre el interés por la política y el conocimiento sobre los puestos públicos a votar: senadores (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
¿Sabe usted cuáles son los puestos públicos por los que se va a votar en las próximas elecciones? Senadores	Sí mencionó	.9	1.5	2.8	1.2	6.3
	No mencionó	7.1	18.8	30.6	28.7	85.4
	No sabe	.6	1.7	2.7	2.5	7.4
Total		8.6	22.3	36.3	32.5	100

$$X^2: \alpha=.247$$

La pregunta por la institución que organiza las elecciones, también se relaciona con el interés por la política, dado que, al igual que en las anteriores, un conocimiento correcto demostraría, de manera indirecta, el mayor o menor interés por los asuntos de la política.

TABLA N° 13. Relaciones entre el interés por la política y el conocimiento sobre las instituciones electorales (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
¿Sabe usted cuál es el nombre de la institución que organiza la elección a gobernador?	CEE	1.9	3.7	4.4	3.4	13.4
	IFE	2.5	6.1	9.0	5.6	23.3
	No sabe	4.1	12.0	21.8	22.9	60.9
Total		8.6	22.3	36.3	32.5	100

$$X^2: \alpha=.000$$

Aquí la relación estadística parece tener coherencia y significado, aunque las consecuencias de ello no sean buenas: el desconocimiento de la existencia y las actividades de la CEE es casi nulo, pero además, quienes dicen estar muy interesados en política presentan un desconocimiento similar a quienes no tienen interés alguno; lo que da fuerza a la relación es el porcentaje de los que declaran no saber cuál es el organismo responsable de la regulación de las elecciones. Esta alta asociación se mantiene cualquiera sea la condición sociodemográfica, es decir que ni el sexo, ni la ubicación de la vivienda, ni la edad, ni la escolaridad, ni el nivel de ingreso proporcionan alguna explicación sobre las relaciones entre conocimiento e interés por la política.

La pregunta 39, que dice <<En una escala donde 1 es muy importante y 4 nada importante, ¿qué tan importante es en su vida la política?>>, merece ser analizada en conjunto con el interés por la política, aun cuando no tengamos elementos para saber cómo, en el imaginario de los encuestados, se debe entender el significado asociado a <<importancia>> e <<interés>>, sus diferencias y relaciones. Los datos se presentan en la tabla n° 14.

TABLA N° 14. Relaciones entre interés por la política e importancia atribuida a la política en la vida (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
En una escala donde 1 es muy importante y 4 nada importante, ¿qué tan importante es en su vida la política?	1 (muy importante)	5.1	7.3	9.5	5.6	27.5
	2	2.5	8.7	13.0	8.3	32.5
	3	.6	4.3	10.0	7.9	23.1
	4 (nada importante)	.4	1.9	3.7	10.4	16.5
Total		8.6	22.3	36.3	32.5	100

$$X^2: \alpha=.000$$

La relación estadística significativa se mantiene para todas las condiciones; es decir que hay una alta asociación entre declarar interés por la política y admitir que la importancia tiene un lugar importante en la vida de uno. Sin embargo, llama la atención que la proporción de quienes dicen que la política es importante (27.5%) es mucho mayor que quienes declaran tener interés en la política. También en el caso opuesto, el de quienes dicen no tener interés en la política, la proporción de quienes señalan que la política no es importante es la mitad de quienes no tienen interés. ¿Será un efecto del cuestionario? Dado que esta pregunta figura casi al final, ¿habrán creído los encuestados que la política era un asunto importante por el que se les cuestionaba tanto y respondido en consecuencia?

La forma de la pregunta y la estructura del cuestionario tienen efectos en los datos obtenidos. Burden y Klofstad (2005) señalan que mientras la teoría ha insistido en el último medio siglo en la naturaleza afectiva de la identificación partidaria, las preguntas de los cuestionarios en uso suelen limitarse a solicitar a los encuestados que <<piensen>> sobre sí mismos, es decir, a captar un dato de naturaleza cognitiva.

Ya se ha visto cómo, en los Estados Unidos, la identificación partidaria se desarrolla desde la infancia y tiene efectos estables y más o menos permanentes. Una dificultad con estudios similares que podrían realizarse en México tiene que ver con la existencia misma de los partidos y su visibilidad en el panorama político mexicano. Sin ánimo de entrar en un debate que es muy importante pero no pertinente para este estudio, podríamos ubicar a la década de los años 90 del siglo pasado como el periodo en el que los partidos políticos desarrollan modelos organizacionales relativamente modernos y en concordancia con los existentes en las democracias avanzadas, aun cuando todos muestran todavía ciertos vicios derivados de la larga permanencia de las estructuras autoritarias en las instituciones políticas.

Las simpatías por un partido político, tal como se postuló hipotéticamente, podrían estar asociadas como se observa en la siguiente tabla.

TABLA N° 15. Interés por la política y simpatía por un partido político (en porcentajes)

		Interés por la política				Total
		mucho	algo	poco	nada	
¿Simpatiza por lo general con algún partido político?	Sí	4.8	10.2	14.2	12.1	41.4
	No	3.8	12.1	22.0	20.4	58.6
Total		8.6	22.3	36.2	32.6	100

$$X^2: \alpha=.001$$

El valor de la chi cuadrada muestra que sí existe una asociación entre el interés por la política y la adhesión a un partido político. Si se comparan las cifras de adhesión partidaria con las de ENCUP puede verse que aquí hay prácticamente una inversión; mientras en las dos ENCUP alrededor de las dos terceras partes declaraban su simpatía por un partido, aquí las dos terceras partes dicen no tener simpatía por ningún partido. Si bien es cierto que en el último año los medios de comunicación han puesto énfasis en una denuncia a la ineptitud o incompetencia de los partidos, el vuelco en las cifras hace pensar que hay otros problemas subyacentes que no son abordados, ya sea el diseño de investigación, ya los instrumentos de captación de datos. Pero, además, si se toma en cuenta el sexo, la relación cambia (Tabla n° 16).

TABLA N° 16. Relaciones entre interés por la política y simpatía partidaria en Nuevo León, por sexo (en porcentajes)

			Interés por la política				Total
			mucho	algo	poco	nada	
(52). ¿Simpatiza por lo general con algún partido político?	hombre	Sí	5.9	10.0	13.0	11.2	40.2
		No	4.4	11.2	24.5	19.6	59.8
	Total		10.3	21.2	37.5	30.8	100
	mujer	Sí	3.8	10.3	15.2	12.9	42.3
		No	3.4	12.9	19.9	21.2	57.7
	Total			7.2	23.3	35.1	34.1

X^2 hombre: $\alpha=.002$; X^2 mujer: $\alpha=.15$

Se encuentra ahora que la relación entre interés por la política y simpatía partidaria se mantiene para el caso de los hombres pero desaparece para las mujeres. Las diferencias pueden explicarse porque las mujeres muestran mayor grado relativo de simpatía y al mismo tiempo su interés por la política es relativamente menor.

Algunas consideraciones a manera de conclusión

Dado que <<algo>> y <<poco>> pueden tener un significado bastante similar para la comprensión de quienes responden al cuestionario, en la pregunta sobre el interés por la política, si se suman las dos categorías, puede encontrarse con que aproximadamente las tres quintas partes de los habitantes de Nuevo León declaran tener un interés medio en la política,

alejado de posibles extremos. Con relación a quienes dicen tener un gran interés por la política, si se comparan con los datos de las ENCUP que se mencionan más arriba, parece haber un lento pero persistente declinar en ese interés. Varios interrogantes surgen aquí: en primer lugar, si podríamos hablar realmente de una declinación o si se trata de factores circunstanciales, lo cual sólo podrá entenderse mejor con más estudios; Segundo, si ese declinar, de ser real, tiene un umbral y cuál podría ser éste, razonablemente, en términos de salvaguardar la democracia y mantenerla estable y confiable. Según *Human beliefs and values* (Inglehart *et al.* 2004) el porcentaje mundial para la categoría equivalente es de 12%.¹⁰ Si el puntaje dado se toma como la norma, estaríamos en Nuevo León por debajo de ello y ya con elementos preocupantes.¹¹ El punto es que el interés por la política no se desarrolla por mandato y quedan abiertas aquí varias hipótesis de trabajo.

La relación con la edad. El punto es que a mayor edad parece haber más interés en la política, pero sin una confirmación estadística clara. Aquí se debe tener en cuenta que no es lo mismo relación empírica concreta que relación causal. La edad, tomada como mero transcurso del tiempo, no puede ser, por sí misma, causa de nada; en todo caso, en los primeros años de vida se requiere de ciertos procesos de maduración biológica para poder adquirir ciertas habilidades, pero los procesos de maduración pueden darse y no adquirirse las competencias. En todo caso, el que a cierta edad se piense en política con un relativo interés se debe a que con el tiempo, a partir de la reflexión sobre la propia experiencia se ha adquirido cierta sabiduría y aceptar que la política es una actividad útil y necesaria aunque los políticos hagan a veces todo lo posible para demostrar lo contrario. La otra posibilidad de desarrollar un interés por la política desde los primeros años se debe a las experiencias de socialización, que abarcan no sólo el ámbito familiar sino el resto del entorno. Particularmente para el caso de México donde la transición hacia la democracia se reconoce que tuvo su mayor empuje a finales de la década de los sesenta, siendo testigos, por su edad, de dicho proceso histórico y social.

El tema del conocimiento o de opinión pública informada en las democracias, si bien no es el principal de este análisis, merece alguna reflexión. M. Delli Carpini y S. Keeter (1996) trabajando sobre la hipótesis de que las

10 El estudio establece cuatro categorías: <<very>>, <<somewhat>>, <<not very>> y <<not at all>> para la pregunta <<How interested would you say you are in politics?>>. Dado que en cada país, se supone, fueron presentadas en la lengua nativa respectiva, hemos preferido dejar el texto sin traducir y tomar <<very>> como la categoría equivalente a la más alta en nuestro cuestionario.

11 Si nos sirve de consuelo la ubicación relativa, por debajo de México se encuentran entre otros países y en ese orden decreciente, Italia, Brasil, Colombia, Portugal, España, Finlandia, Chile y Argentina (Inglehart *et al.* 2004).

democracias funcionan mejor cuando sus ciudadanos están mejor informados de los asuntos políticos, encontraron que tanto la distribución como el nivel del conocimiento político de los estadounidenses se hallaba desigualmente distribuido, lo que conducía a que tanto la participación como los beneficios de la acción política acrecentaban las desigualdades básicas. Encontraron que, aun cuando el conocimiento medio de los ciudadanos era deficiente, ello no debía relacionarse con la calidad de la democracia. Por otro lado, en ciertas circunstancias y para ciertos temas, los ciudadanos suelen tener un cierto tipo de sabiduría popular que resiste al discurso de las élites informadas. El conocimiento de los asuntos públicos que puede tener la población y la toma de decisiones de las élites pueden ser aspectos separados, tanto en la teoría de las instituciones políticas como en la práctica real de las democracias.

Para que una democracia posea cierta calidad, Robert Dahl (1992) señalaba que los ciudadanos deben tener oportunidades iguales que les permitan descubrir y convalidar cuáles son los asuntos sobre los que se deben tomar decisiones y cómo afectan a los intereses de todos. Se trata de una posibilidad y no de una imposición, ya que tendría poco valor imponer a todos el estar obligados a informarse sobre esas cuestiones, dado que la asimilación personal de información depende de deseos que no pueden imponerse. Los fundadores de las teorías democráticas dieron ese deseo por natural, lo cual indica su errónea concepción del ser humano. Bobbio (1986) señalaba que la democracia hizo, desde sus orígenes, varias promesas falsas y la educación ciudadana fue una de ellas. Los primeros teóricos confiaban en la virtud como amor natural a la cosa pública, que llevaría a todos a interesarse y buscar conocimiento sobre ello. Conocimiento e interés se refuerzan mutuamente para cualquier individuo y es una discusión inútil intentar señalar por dónde deberían darse los primeros pasos.

El conocimiento que muestran los ciudadanos neoleoneses es, sin duda, escaso, pero ello no debería descalificar el funcionamiento de las instituciones democráticas; más bien, la idea que se sostiene es que debe profundizarse en una educación ciudadana que fuera, en sí misma, más democrática.

Un aspecto que no se puede profundizar por falta de datos es la correspondencia entre la preferencia de voto y la fuerza de la identificación partidaria. El patrón general es que hay una mayoría de personas que votan por el candidato del partido con el que se sienten fuertemente identificados y esto ha demostrado ser muy fuerte en países como Estado Unidos e Israel (Thomassen y Rosema 2006). Sin embargo, el concepto de identificación partidaria debería ser revisado, tanto teórica como técnicamente. En algunos países, la identificación partidaria es conceptualmente indiscernible del

voto, aun cuando la identificación partidaria pueda ser menos estable que el voto, especialmente en los sistemas parlamentarios. Adicionalmente, la identificación partidaria parece funcionar de manera diferente en los sistemas parlamentarios que en los presidencialistas, donde la variable de liderazgo personalista juega un rol especial.

En el caso del interés en la política en función del sexo, los estudios sobre *human beliefs*, algunos partidos políticos y otras instituciones políticas han reconocido que el déficit de participación se debe, en gran medida, a la supervivencia de estructuras institucionales de disparidad o diferencia y no a que exista una condición <<innata>> en la mujer. Dado que la política es una actividad que depende fundamentalmente de la imagen que sus actores proyectan sobre el público o los seguidores específicos, la condición de hombre o mujer será siempre evaluada en el marco de los patrones culturales de la sociedad concreta. Esto matiza o colorea todo tipo de juicio que haga sobre la mujer, en este caso (también vale para los hombres, pero aquí no estamos viendo eso), es decir, hay un efecto de halo en los juicios y apreciaciones que se hacen sobre el comportamiento femenino en política, lo cual queda en evidencia en el lenguaje y las expresiones que se usan. Como sabemos, la ausencia de mujeres en puestos de liderazgo no se presenta sólo en las instituciones políticas sino en muchas otras: las empresas, los sindicatos, las universidades (al menos en México) y demás. Por otro lado, aquí estamos usando el concepto <<mujer>> como referencia a un sujeto colectivo que no puede tener ni tendrá una identidad social completa. Un análisis de la acción de la mujer en política deberá tomar en cuenta la forma en que la categoría <<mujer>> se construye en el discurso político (Mouffe 1999), y de la forma en que la diferencia sexual adquiere pertinencia para el análisis de las relaciones de intercambio y de dominación en el ámbito de la política.

El cuestionario no permite hacer muchas inferencias sobre este punto. Sin embargo, parecerían repetirse las pautas de otras sociedades, donde las mujeres parecen mostrar un relativo menor interés por la política que los hombres. Pero esto es un mero dato empírico y de allí no puede establecerse ninguna inferencia causal; no puede decirse que esté en la <<naturaleza de la mujer>> el desinteresarse por la política, sino que debe analizarse el funcionamiento de las estructuras políticas y los modos en que el sistema de dominación y las estructuras de poder ubican al imaginario femenino y masculino y conducen a los agentes sociales a comportarse de uno u otro modo. Un aspecto que ha estado implícito en varias campañas electorales (no sólo en México) pero que poco se ha estudiado y mucho menos analizado es el *sex-appeal*. Y cuando se habla de cuestiones de género en política también

debería incluirse este factor; ya hemos mencionado que en política los elementos afectivos son más importantes que los racionales y un estudio que pretenda entender el comportamiento de las mujeres (y de los hombres) en política debería abarcar todos estos factores. Debe tenerse en cuenta, como apunta Jennifer Coates (2009), que el problema de lenguaje y género debe analizarse desde una perspectiva dinámica, como una construcción social. De manera que la toma de conciencia diferenciada del lenguaje al uso no siempre está presente en los agentes sociales; hay expertos en análisis de estilos de conducción y liderazgo que hacen esfuerzos por marcar diferencias en los estilos de gobernar de hombres y mujeres como si se tratara de representaciones de lo real, allí donde lo imaginario predomina. Las fallas o defectos atribuidos a hombres y mujeres políticos por hombres y mujeres legos deben analizarse en esta dimensión compleja.

REFERENCIAS

- Ai Camp, Roderic. (1995). *La política en México*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Berglund, Frode., Holmberg, Sören., Schmitt, Hermann., y Jacques Thomassen. (2005). <<Party identification and party choice>>. En Thomassen, J. (ed). *The European Voter. A comparative study of modern democracies* (pp. 106-124). Oxford, RU: Oxford University Press.
- Brady, Henry. (1999). <<Political participation>>. En Robinson, J., Shaver, P., y Wrightsman, L. (eds). *Measures of Political Attitudes* (pp. 737-801). San Diego, CA: Academic Press.
- Bréchon, Pierre. (2006). *Comportements et attitudes politiques*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Bobbio, Norberto. (1986). *El futuro de la democracia*. México, D.F.: FCE.
- Buendía, Jorge y Fernanda Somuano. (2003). <<Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México>>. *Política y gobierno*, vol. X, n° 2, pp. 289-323.
- Burden, Barry y Casey Klofstad. (2005). <<Affect and cognition in party identification>>. *Political Psychology*, 26, pp. 869-886.
- Campbell, Angus; Converse, Phillip., Miller, Warren; y Donald Stokes. (1960). *The American Voter*. Nueva York: John Wiley and Sons.
- Caplan, Bryan. (2007). *The myth of the rational voter. Why democracies choose bad policies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Coates, Jennifer. (2009). *Mujeres, hombres y lenguaje*. México, D.F.: FCE.
- Dahl, Robert. (1992). *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.
- Delli Carpini, Michael y Scott Keeter. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Downs, Anthony. (1957). *An economic theory of democracy*. Nueva York: Harper and Row.
- ENCUP (2009). Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas. Secretaría de Gobernación del Estado Mexicano, [Recuperado en <http://www.segob.gob.mx/encup>, 3 abril 2006].
- IFE (2009). Resultados electorales 2006, [Recuperado en <http://www.ife.org.mx/documentos>, el 5 de abril de 2009].
- Inglehart, Ronald.; Basáñez, Miguel; Díez-Medrano, Jaime; Halman, Lock y Rudd Luijckx (eds). *Human Beliefs and Values*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Lau, Richard. (2003). <<Models of decision making>>. En Sears, D., Huddy, L., y Jervis, R.. *Oxford Handbook of Political Psychology* (pp. 19-59). Nueva York: Oxford University Press.

- Lau, Richard y David Redlawsk. (2006). *How voters decide. Information processing during election campaigns*. Nueva York; Cambridge University Press.
- Lawson, Chappell y Alejandro Moreno. (2007). El estudio <<Panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial>>. *Política y gobierno*, vol. XIV, n° 2, pp. 437-465.
- Lewis-Beck, Michael; Jacoby, William; Norpoth, Helmut y Herbert Weisberg. (2008). *The American Voter revisited*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Lipset, Seymour Martin. (1987). *El hombre político. Las bases sociales de la política*. Madrid: Tecnos.
- Moreno, Alejandro. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D.F.: FCE.
- Moreno, Alejandro y Patricia Méndez. (2007). <<La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México>>. *Política y gobierno*, vol. XIV, n° 1, pp. 43-75.
- McLean, Iain y Alistair McMillan. (2003). *Oxford Concise Dictionary of Politics*. Nueva York: Oxford University Press.
- Mouffe, Chantal. (1999). *El retorno de lo político*. Barcelona: Paidós.
- Poiré, Alejandro. (2000). <<Un modelo sofisticado de decisión electoral racional: el voto estratégico en México>>. *Política y gobierno*, vol. VII, n° 2, pp. 353-382.
- . (2009a). <<La identificación partidista como herramienta de segmentación electoral>> [Recuperado en [http:// direccionestrategica.itam.mx/Administrador/ Uploader/ material/ ALEJANDRO%20POIRE.pdf](http://direccionestrategica.itam.mx/Administrador/Uploader/material/ALEJANDRO%20POIRE.pdf), el 11 de septiembre de 2009].
- . (2009b). <<Turnout in Mexican presidential election: Evidence from the Mexico 2000 Panel Study>>. WPPS 2001-02, ITAM, Departamento de Ciencia Política, [Recuperado en <http://politica.itam.mx/docinves/docinves.html>, el 11 de septiembre de 2009].
- Sniderman, Paul ; Brody, Richard y Phillippe Tetlock. (1993). *Reasoning and choice. Explorations in political psychology*. Cambridge, RU: Cambridge University Press.
- Sommano, Fernanda. (2007). Evolución de valores y actitudes democráticos en México. *Foro Internacional* 190, XLVII, 2007(4), pp. 926-944.
- Thomassen, Jacques, y Martin Rosema. (2006). Party identification and the vote: a comparative study. Ponencia presentada en 29th Annual Scientific Meeting of the International Society of Political Psychology. Barcelona, 12-15 julio 2006.

CAPÍTULO 5
LA FAMILIA Y LOS MEDIOS
EN LA CULTURA POLÍTICA
DEL NEOLEONÉS

LA FAMILIA Y LOS MEDIOS EN LA CULTURA POLÍTICA DEL NEOLEONÉS

Silvia Panszi Artezán
Manuel Yarto Wong

La cultura política de los mexicanos tiene sus bases en los procesos de socialización experimentados durante la infancia, adolescencia y juventud, a través de los agentes fundamentales en este proceso, como son la familia, los amigos, la escuela y últimamente los medios de comunicación, y de ellos especialmente la televisión.

Tomando a Monzón (1996), para quien la cultura política es el modelo o patrón de las actitudes y orientaciones individuales hacia la política entre los miembros del sistema político y que da sentido a las acciones políticas, el presente apartado reflexiona sobre la cultura política del votante neoleonés y su relación con dos de las principales instituciones de socialización política: la familia y los medios masivos de comunicación, y en menor medida, el impacto de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los procesos de decisión del voto.

La discusión parte de los resultados surgidos en la encuesta estatal realizada para el *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés*, publicado en diciembre de 2008 por la Comisión Estatal Electoral, previo a las campañas para la elección de gobernador, alcaldes y diputados locales en Nuevo León.

La familia y los medios de comunicación son instituciones ampliamente valoradas y reconocidas, tanto a nivel individual –sin importar edad, sexo o estrato socioeconómico– como por la sociedad en su conjunto. Sin embargo, Ramos (1990) reconoce que las familias ejercen una influencia de peso pero no determinante en la actuación de sus miembros a través de la creación de símbolos políticos, de imágenes sociales y de la creación del gusto.

Respecto a los medios masivos, se parte de que éstos contribuyen al aprendizaje de la política y que el comportamiento político puede formarse como resultado de la exposición sistemática, pero de igual manera su impacto sigue siendo tema de intenso debate.

El votante y la familia

Las actitudes políticas básicas se forman desde la infancia temprana en contacto con la familia. Pocas veces al analizar el comportamiento electoral y otros fenómenos políticos se le presta atención a ésta; incluso se observa que gran parte de la investigación política empírica considera a la política como una actividad pública poco conectada con la vida privada, donde factores externos, como los medios de comunicación masiva, parecieran tener mayor impacto. Daniel Bell (1994), es quien mejor ha ilustrado esta desvinculación.

Pero es en el seno de la familia donde tiene lugar la socialización política básica. Pese a los cambios que ésta ha sufrido a través del tiempo, continúa siendo el lugar donde el ciudadano reflexiona su decisión del voto. La familia juega un papel fundamental en la transmisión de las lealtades partidistas; así lo demuestran estudios clásicos de socialización política. Estudios empíricos de Greenstein, (1965); Easton y Dennis (1967), aportaron evidencia a la hipótesis de la transmisión familiar de afinidades ideológicas; también, Abramson (1983) afirma que la mayoría de los norteamericanos aprende las lealtades partidistas de sus padres y que esto lo hacen a edad muy temprana.

En el *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* (2009) se presenta que los jóvenes de entre 18 y 24 años son quienes reciben mayor influencia de la familia al momento de decidir por quién votar en comparación con los neoleonés en general (42% vs. 36%). También juegan un papel decisivo los medios de comunicación (31%) y las visitas de los candidatos (30%).

En cuanto a los procesos de decisión para definir el sentido de su voto, son los jóvenes entre 18 y 24 años quienes en mayor medida perciben que no reciben la información suficiente para decidir su voto (59%) contra un (27%) general.

Como se mencionaba anteriormente, sobre todo la familia occidental ha sufrido cambios a partir de que las mujeres han incursionado en el mercado laboral; también los sistemas de crianza han evolucionado, sin embargo esto no ha mermado la capacidad de influencia de la familia en el proceso de socialización política.

En contraposición a los cambios de la familia, los partidos y las estrategias de éstos en su diseño respondían a las expectativas y demandas de la generación anterior y, lo que es más, quedó demostrado que estas estrategias habían perdido capacidad de adaptación a consecuencia de la relativa estabilidad económica y social del país. En otras palabras, los cambios en los partidos y sus estrategias no fueron proactivos a los cambios sociales.

Ya desde los años cincuenta el Centro de Estudios Políticos de la Universidad de Michigan había demostrado a través del modelo de <<identificación partidaria>> que los individuos que nazcan en el seno de una familia con una determinada inclinación política en su vida adulta tenderán a reproducir esa misma inclinación política. Esto es debido a la influencia que tienen los padres como modelos a seguir en los hijos.

Aunque se tiene la impresión de que los jóvenes rechazan la autoridad y las ideas de sus padres, los jóvenes atienden a los juicios de padres y madres, y lo referente a cuestiones políticas no es la excepción. Como señala Winocur (2008, p. 152), <<la familia no ha perdido su centralidad ni importancia para la contención de sus miembros. Más bien, cómo dice Singly, se ha reinventado a sí misma>>.

Dentro de los procesos de comunicación del seno familiar existen estudios que demuestran que se ha incrementado la confianza y credibilidad entre padres e hijos, incluso en temas que en otro tiempo pudiesen haberse considerado espinosos (Percheron, 1990). Esto se debe a que se ha demostrado que la figura de autoridad paterna ha decaído, mejorando las relaciones intergeneracionales (Halman y Moor 1994; Caplow, 1995), logrando que la transmisión de valores se dé de forma más democrática y con una mayor participación de los hijos en un marco de socialización menos autoritaria.

Gran parte del alimento de la cultura democrática en general en el estado de Nuevo León, según la Encuesta del perfil del votante neoleonés (ver Anexo) se da entonces en el espacio íntimo de las relaciones personales¹ y de manera primordial con la pareja (47%) y los amigos (47%) y quedan subordinados los espacios institucionales del trabajo (38%) y la escuela (15%). No es de sorprender entonces que para el neoleonés en general la política tenga un menor grado de importancia (58%), en comparación con la familia (100%), trabajo (94%) y amigos (87%).

Los resultados del estudio del votante neoleonés muestran también que en general el grado de discusión política² es bajo, ya que el (41%) afirma que no está acostumbrado a hablar de política; este dato a su vez hace sentido ya que en el mismo estudio se observa que sólo un (33 %) tiene interés por la política.³ Estos datos son congruentes con estudios realizados en otros países donde se refleja no precisamente una falta de comunicación política en la familia, sino un básico y persistente desinterés por ésta.

En congruencia con lo anterior, menos de la mitad (41%) fomenta la cultura democrática hablando de política. Se observa que a mayor ingreso y escolaridad el tema de la política es motivo de conversación.

Así también, recuerda Jaime (2000, p. 76), estudios realizados en la Universidad de Michigan (1965) con una muestra de 1500 estudiantes de escuelas superiores demostraron que había <<una clara correspondencia entre las preferencias ideológicas de éstos y las de sus padres, siendo la de los estudiantes mucho más débil que la de sus padres. Estos estudios concluyeron que el éxito en la transmisión de lealtades partidistas está en el grado de politización del hogar>>.

Se ha minimizado el papel que juega la familia como semillero en la formación de actitudes políticas y lealtades partidistas desde la infancia temprana; sin embargo, la encuesta del perfil del electorado neoleonés

1 Se proporcionó un listado de alternativas y se presentó una escala de: a) mucho, b) algo, c) poco, d) no, e) no aplica, f) no sabe y g) no contestó.

2 La escala fue: a) sí, b) no, c) no sabe y d) no contestó.

3 La escala fue: a) mucho, b) poco, c) algo, d) no sabe y e) no contestó

demuestra su importancia. En el estado, según la encuesta, son los más jóvenes (42%) quienes afirman que su mayor influencia a la hora de tomar sus decisiones políticas está determinada por la familia.

También, los partidos y los políticos no han tomado en cuenta los cambios que ha sufrido la familia en sus procesos de socialización menos autoritarios que en el pasado. Pese a la influencia que tiene la familia en la formación de actitudes políticas, también es cierto que en general hay poco o nulo interés de este núcleo social en el tema, reflejándose en la percepción que tienen los jóvenes en el estado de que les falta información para tomar su decisión (59%).

Para un proceso de educación cívica y social que coadyuve en la construcción de la democracia en el país se deberán tomar en cuenta los actores determinantes y trabajar en conjunto, generando estrategias que permitan que los ciudadanos satisfagan sus necesidades de información y reflexión en los diferentes ámbitos; la familia ha sido y es un núcleo que no ha sido a la fecha completamente valorado.

Credibilidad política

Desde los años ochenta ha venido extendiéndose en los países democráticos un sentimiento de desconfianza hacia la política. En las sociedades democráticas se da un valor y apoyo a la democracia y a las instituciones y paradójicamente existe un extendido sentimiento de desconfianza hacia la política, los partidos y los políticos profesionales.

Este fenómeno se da simultáneamente en viejas y nuevas democracias (Listhaug, 1995; Maravall, 1995). La explicación de frustración aparece ante los resultados de la política, sobre todo en el caso en el que las principales fuerzas políticas se revelan incapaces de garantizar un modelo económico de crecimiento estable.

En el estado de Nuevo León se observa un interés muy bajo de los ciudadanos en los asuntos políticos, pues sólo una tercera parte (33%) muestra mucho o algo de interés en el mismo. Además, se percibe el espíritu

democrático del neoleonés con el rechazo a los gobiernos autoritarios para alcanzar el desarrollo económico (52%) y por otra parte existe la percepción de factibilidad de fraude en las elecciones (58%).

Así también, existe un nivel bajo de participación política en instituciones. Además, una minoría (4%) ha participado activamente en algún evento político de campaña. Sin embargo, es importante el dato de satisfacción respecto al funcionamiento de la democracia, el cual crece en cuanto a la cercanía: país (52%), estado (59%) y municipio (61%).

En el imaginario colectivo del electorado generalmente se perciben dos grandes espacios políticos identificados como de izquierda y derecha hacia los cuales orientarán sus actitudes positivas o negativas. Esto es mucho más obvio en sociedades como la norteamericana en el cual el bipartidismo favorece esta inclinación; en países con pluripartidismo existen los matices, sin embargo de una u otra forma prevalecen estas dos posturas. El votante neoleonés se declara de derecha (47%), de centro (11%) y de izquierda (13%). Una tercera parte no sabe cuál es su postura ideológica (30%).

Independientemente de la autocalificación en posición ideológica, en el ámbito político y social (salvo lo vinculado al combate a la inseguridad) predominan las posiciones de izquierda (77%; 61%); y en cuestiones morales, las de derecha (71%; 63%). Ello revelaría que el votante tiene una interpretación muy amplia respecto al significado de derecha o de izquierda.

Según Luhmann, (1988), la identificación con un partido es una relación de confianza explícita, puesto que cada vez que se vota se está tomando una decisión en condiciones de riesgo, pero a su vez existe una confianza implícita en el sistema político: se toma la decisión de votar a un partido porque se cree que votar es una forma eficaz de seleccionar a los gobernantes, de defender los propios intereses o de garantizar la buena salud democrática.

Los electores no son fieles a un partido en función de su clase social, su raza o su religión, sino porque se sienten identificados con él. Para explicar esa identificación se recurre en primer lugar a la socialización: la familia reproduciría las actitudes políticas y los medios reforzarían dichas actitudes.

Un modelo de esta posición es el desarrollado por Converse (1969), en el que la socialización se combina con el aprendizaje para producir una identificación partidaria estable. Según el autor, quien vota por primera vez lo hará por el partido por el que lo hace su familia, y si los resultados de ese voto le parecen satisfactorios lo repetirá en la siguiente participación electoral. Cuantas más veces se repita el voto al mismo partido más fuerte se hará la preferencia (identificación) partidaria, y este efecto se relaciona con el tiempo de participación electoral, independientemente de la edad del elector (no es consecuencia de un conservadurismo biográfico). En otros términos, la propuesta de Converse serviría para explicar la construcción del voto duro.

La percepción social de un fracaso colectivo de los partidos políticos puede conducir a demandas sociales de cambio institucional sin poner en cuestión la legitimidad de las instituciones democráticas en cuanto tales. También puede existir un abstencionismo sistemático que puede manifestar sólo una radical indiferencia, pero que normalmente tiene un componente adicional de agresividad hacia los políticos.

El neoleonés promedio afirma que las principales razones por las que no votaría en las próximas elecciones son falta de interés (22.6%) y el que no cree que las elecciones sean limpias (24.3%).

Por su parte, Vega (2005) explica que el escepticismo de los mexicanos, tanto en la política como en los políticos, es un sentimiento que encuentra tres razones fundamentales: la corrupción, las promesas incumplidas de los políticos y la lejanía de los políticos respecto de los ciudadanos. Por ello, subyace la idea de que la política es una actividad guiada por la conveniencia o los intereses y no por la convicción.

La generalizada crisis de confianza y de credibilidad ciudadana en las instituciones de la democracia representativa hace volver la mirada hacia nuevas formas de hacer política que puedan incluir mayores grados de participación directa, donde el ciudadano pueda expresarse sin tener que recurrir para todo a la mediación parlamentaria o partidaria; lo que está en juego no es la continuidad o el papel de los partidos, sino su relación con los electores y con las formas no convencionales de participación política.

En ese contexto, algunos estiman que Internet puede ser la gran alternativa, habida cuenta de las enormes posibilidades de su uso y expansión hacia distintas áreas de la vida pública. Otros, sin embargo, cuestionan el bajo realismo de una opción como ésta en un subcontinente como América Latina, donde uno de los grandes límites tiene que ver con la escasa penetración que ha logrado la red en el conjunto de su población, con enormes segmentos situados bajo la línea de la pobreza e importantes niveles de analfabetismo y exclusión social (Vidal, 2003, p. 51).

El votante y los medios masivos

En la actualidad, ya no hay política sin medios de comunicación masiva y sin los sondeos que éstos particularmente generan durante las campañas electorales. Y aunque la política no se reduce al acto comunicativo, es cierto que el ejercicio de aquélla se ha visto seriamente modificado por ésta, en particular con la llegada de los medios de comunicación masiva. Como señalan Cordero y Marín <<los medios masivos, especialmente la televisión, se han convertido en el principal mecanismo de información y de expresión de la deliberación pública y representación social. Esta consolidación ha alterado las condiciones bajo las cuales el debate público toma lugar y la manera en que las personas se vinculan y experimentan la vida pública.>> (2006, p. 38).

Por ello es importante indagar el rol o la vinculación que tienen los medios de comunicación masivos como la televisión, la radio o la prensa, en la construcción de la preferencia electoral del votante neoleonés, lo que representa tan sólo una de las vertientes de la comunicación política, que el francés Dominique Wolton define como <<el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos>> (1998; p. 31).

El investigador francés también jerarquiza los tiempos en que se da dicha comunicación. Y los ordena en tiempo de elecciones –que es el caso que nos atañe–, refiriéndose a las campañas; tiempos no electorales o lo que llama <<situación normal>>, tiempo en el cual, según Wolton, los políticos se repliegan evitando al máximo la comunicación con los ciudadanos; y por último, los momentos de crisis política interna o externa.

La visión prevaleciente respecto al efecto de los medios masivos en el campo de la política es más bien negativa. Para diversos autores, los medios, y particularmente la televisión, habrían traído consigo la desintegración de la esfera pública, la despolitización de la sociedad, la trivialización del debate público y la erosión del compromiso cívico (Sartori, 1998; Wolton, 1998; Bourdieu, 1996). Y como explican Cordero y Marín, todo ello ha generado crecientes grados de desconfianza respecto a las instituciones políticas, tanto partidarias como del Estado.

La encuesta revela también que para los votantes de Nuevo León, los medios masivos tradicionales como la televisión, la prensa y la radio, tienen un gran peso en la decisión del elector al momento de decidir por quién votar (35%), muy por encima de los sistemas tradicionales de propaganda política como los mítines, las carteleras, los votantes y los artículos promocionales (21%). Y quedando al final, muy por detrás, las nuevas tecnologías como la Internet o el celular (6%). Ello coincide con que los medios masivos, y muy particularmente los medios electrónicos como la radio o la televisión, son en la actualidad su principal fuente de información política, y escenario privilegiado del debate público, particularmente durante las campañas electorales.

Al respecto, Reiser (1995) señala que uno de los momentos más importantes en la relación entre política y medios de comunicación masiva se da en las campañas electorales, cuando los partidos establecen una agenda cuya ponderación y evaluación la realizan los medios impresos y electrónicos. Ello ha generado una relación de interdependencia entre medios y políticos, en la que los intereses del electorado pasan a segundo plano y son los partidos y los medios quienes negocian la agenda medial.

La transmisión política en las campañas electorales se lleva a cabo cada vez más exclusivamente a través de los medios masivos y particularmente en los medios electrónicos. Esto significa un decreciente contacto directo entre políticos y ciudadanos. En el triángulo de comunicación entre políticos, medios masivos y electorado, este último desempeña cada vez más un rol de consumidor pasivo, en tanto que los partidos y medios conforman activamente los procesos de comunicación en las campañas electorales, dominándolos finalmente. En el caso mexicano, una prueba de ello es que en las elecciones presidenciales mexicanas de 2006, el 70% de los 2 mil millones de pesos destinados a los partidos para publicidad, se gastaron en la televisión comercial. A ello habría que agregar los mil 300 millones de pesos que el gobierno federal gastó en publicidad y comunicación entre 2005 y 2006 (<http://chasqui.comunica.org/content/view/489/1/>).

Dentro de la oferta programática televisiva, los noticieros son los que mayor impacto tienen entre los votantes de Nuevo León. Según la Encuesta del perfil del electorado neoleonés, de los medios masivos tradicionales son los noticieros (45%) y los debates en televisión (44%) los que influyen mucho o algo en la decisión de por quién votar en las elecciones.

Ello coincide con Lozano (2003), quien señala que los noticieros en la televisión mexicana de señal abierta son de gran importancia para las audiencias. La gran mayoría de los televidentes acostumbra ver noticieros televisivos con mucha frecuencia, sin importar el sexo o el nivel socio-económico. Sin embargo, hay diferencias que merecen señalarse: mientras las mujeres prefieren la información local, los hombres prefieren la información nacional o internacional; mientras los televidentes de nivel bajo prefieren noticias locales, los de nivel medio o alto prefieren noticias nacionales o internacionales. En ese aspecto, el estudio sobre el perfil del votante no detectó diferencia de género en el caso de los noticieros.

En contraste, la encuesta revela que para los hombres los debates televisivos tienen mayor influencia que para las mujeres al momento de decidir el voto (24% vs 16%), en tanto que para ellas son los noticieros. Igual

sucede con la influencia de los medios impresos (19% vs 13%) y los mítines (10% vs 6%). Esas diferencias podrían dar pie a estudios más detallados sobre las diferencias de género en relación con la credibilidad de los formatos de comunicación y propaganda política.

Al estudiar el tratamiento de la información política en los noticieros televisivos, Lozano (2005) destaca el uso intensivo del sensacionalismo o espectacularización como la personalización, la dramatización, la fragmentación, la editorialización y la descontextualización, y advierte que este manejo genera una pérdida de la información que perjudica a la formación de la opinión pública y a la toma de decisiones ciudadana.

En lugar de recibir noticias centradas en los procesos y no en los eventos, en lo estructural y no en lo coyuntural, contextualizadas en vez de fragmentadas, balanceadas y no cargadas de editorializaciones dramáticas y viscerales, los televidentes se encuentran recibiendo todo lo contrario en la gran mayoría de las veces. En lugar de que el empaquetamiento visual promueva la reflexión racional y el análisis crítico y sereno de los acontecimientos relevantes, los movimientos de cámara, los efectos musicales y de sonido se dirigen a la emotividad y visceralidad de los miembros del público, quienes son interpelados por los noticieros en su carácter de consumidores y no de ciudadanos (p. 11).

Y concluye que si el estar informados es una condición previa para la participación política, habrá que evaluar las consecuencias de estas tendencias de los noticieros televisivos hacia el sensacionalismo y su impacto en la formación de la opinión pública. Ello resulta de vital importancia si consideramos que para el votante neoleonés, entre las instituciones que juegan un papel clave en el fortalecimiento de la democracia sobresalen los medios de comunicación (66%) y las universidades (56%).

Una conclusión previa es que pese a la desconfianza hacia las instituciones en general, el votante neoleonés mantiene su confianza en algunas instituciones clave para los procesos de socialización como son los medios (66%) y los centros de educación superior (53%).

Las Tecnologías de Información y Comunicación

El estudio de la relación entre la política y las TIC ha tomado auge en las últimas fechas, en especial tras el papel protagónico jugado por éstas en la campaña electoral presidencial estadounidense de 2008, donde resultó ganador Barack Obama. Aunque el uso de las TIC se dio en elecciones previas, al parecer en esta ocasión inclinaron el proceso a favor del candidato afroamericano. Es importante destacar que los principales usos que se le dio a la Internet en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2008 fueron como herramienta de recaudación de fondos, para la organización de eventos y como sistema de información entre los seguidores del candidato, más que como herramienta de propaganda para convencer al electorado. Al final de la campaña el sitio www.myBarackObama.com tenía un millón 500 mil afiliados y había logrado recabar 10 millones de dólares donados a través de la red. Obama también hizo uso del teléfono celular para llegar a los jóvenes, al enviar mensajes de texto a cientos de miles de números telefónicos recabados en su sitio de internet y en sus eventos políticos.

El estudio de la relación entre las TIC y la política se puede organizar desde dos perspectivas que coinciden con la propuesta de Eco (1990) respecto a una visión pesimista y otra optimista sobre los medios de comunicación. La visión optimista ve a la Internet como una herramienta con la capacidad para generar una mayor democracia e incluso de mundializar este sistema político. La perspectiva pesimista plantea que la política en el mundo virtual de Internet no se refleja necesariamente en la política del mundo real, y argumenta entre otras muchas cosas la brecha digital existente, tanto en el capital económico (infraestructura física de software y hardware) como el capital cultural (determinados conocimientos de uso de las tecnologías). El debate entre estas dos perspectivas aún persiste.

En el caso de Nuevo León, pese al uso que políticos, gobernantes y candidatos han hecho en el pasado de la Web, el email y las redes sociales, especialmente durante los procesos electorales, el votante neoleonés considera

que estas herramientas tienen muy poco o mínimo impacto en su decisión de voto. El *Estudio sobre el perfil del electorado neoleonés* revela que para más de un 80% de los votantes –sin diferencias de edad o nivel educativo– es nulo el impacto que tienen las páginas web de los partidos políticos o las páginas personales de los candidatos a puestos de elección popular en el ánimo de los votantes al momento de decidir su voto.

En contraste, un estudio realizado por Smith (2009) para Pew Internet and American Life Project sobre el papel de Internet en las campañas electorales de 2008, calcula que más de la mitad de los ciudadanos estadounidenses usó Internet y otras TIC para seguir la campaña presidencial donde resultó vencedor Obama. Cabe aclarar que mientras la encuesta al electorado neoleonés intentaba identificar el impacto en el votante, el estudio de Pew detecta el uso de Internet con fines informativos. Sin embargo, ambos datos revelan una diferencia notable respecto a los usuarios o electores de cada país.

Una primera explicación de dicha perspectiva podría ser el alejamiento y desconfianza ciudadana de los mexicanos hacia los políticos y hacia las instituciones políticas y gubernamentales. Ese distanciamiento con los actores políticos se ratifica cuando el neoleonés (57%) dice no simpatizar con algún partido político.

Como señala García Canclini (2006), apoyándose en la Encuesta Nacional de la Juventud 2005, patrocinada por el Instituto Nacional de la Juventud, la desconfianza es especialmente patente entre los sectores jóvenes. Cuando se les preguntó a jóvenes de todas las regiones del país de entre los 14 y 29 años si tienen interés en la política, los resultados fueron preocupantes. Al (39.4%) no le interesa <<nada>> y al (39.3%), le interesa <<poco>>. Esas dos respuestas suman (78.7%). Y esa actitud no es nueva; la encuesta de 2001 señalaba que sólo el (1.2%) de los jóvenes mexicanos dice tener confianza en los partidos políticos y un (52.2%) no confía en los políticos.

Merece especial atención que en el caso del electorado neoleonés, la actitud de desconfianza respecto a la eficacia que pudieran tener las páginas web políticas de instituciones y candidatos para impactar en el voto ciudadano

contrasta con cierto grado de satisfacción respecto al funcionamiento de la democracia a nivel país (52%), a nivel estado (54%) y a nivel municipal (61%). Pero la duda reaparece cuando el (58%) de los votantes neoleonés consideran factible que los procesos electorales sigan siendo fraudulentos, lo que revela que esa satisfacción es bastante relativa, o que se sustenta en aspectos abstractos como <<democracia>>, mientras que en la realidad de las <<elecciones>> la sospecha se mantiene.

En igual tono se expresan los votantes respecto a las páginas particulares que ciudadanos o instituciones colocan en la red sobre temas relacionados con la política o las versiones digitales u online que los medios de comunicación masiva, tanto de radio como prensa y televisión, tienen en la web. Opinan que no afectan o influyen en las preferencias políticas del electorado.

Esa actitud hacia herramientas tecnológicas como la web, el email o las versiones online de medios masivos tradicionales, persiste en relación con la telefonía móvil. La propaganda a través de mensajes de texto por el celular, proveniente de un partido o de un candidato tampoco fue percibida como efectiva entre el votante neoleonés. Sería necesario investigar a mayor detalle ese rechazo, pues pudiera estar relacionado con el pesimismo ciudadano hacia las instituciones políticas como los partidos o el gobierno. ¿Qué sucedería si los mensajes vía email o mediante el celular provinieran de un familiar o de un amigo, ya sea en forma individual o mediante correos masivos?

Buscando entender por qué el elector neoleonés da poca credibilidad o impacto a las nuevas tecnologías como la Internet en los procesos electorales y particularmente en la construcción de la preferencia electoral, se puede considerar que se deba a la falta de lo que Interlandi (2006) llama *habitus* internauta. Según la autora, cada tecnología genera un *habitus* tecnológico –nuevas prácticas sociales, nuevo capital cultural, nuevos modos de vinculación social–. La Internet no es la excepción, y llama a estas nuevas prácticas *habitus* internauta, que consiste en una estructura-estructurante, en el sentido de Bourdieu, capaz de generar y moldear nuevas prácticas. No es suficiente hacer buen uso de la tecnología para un fin determinado. Tampoco

es suficiente el traspaso de una práctica social a una nueva tecnología para hablar de *habitus* internauta; es necesario que estas prácticas se transformen a partir del nuevo medio.

Interlandi aclara que el desarrollo del *habitus* internauta es un proceso largo y lento, que requiere capital físico, simbólico, emocional y humano. En ese sentido creemos que el elector neoleonés está apenas en el inicio de ese largo proceso para construir el capital necesario que le permita generar ese *habitus* internauta y por lo tanto, sacar el provecho y desarrollar nuevas prácticas mediante el uso y la apropiación de la Internet.

CONCLUSIONES

En resumen, desde la década de los 80 ha crecido la desconfianza social hacia los políticos y los partidos, y por otro lado se ha incrementado la confianza en la democracia. La explicación de la desconfianza está determinada por la pobre respuesta para construir un modelo que genere estabilidad económica creciente.

No será fácil revertir la tendencia, los procesos de percepción social de desconfianza no sucedieron de un momento a otro; han sido décadas de desencanto acrecentado por los hechos. Para construir un proceso contrario se deberá trabajar desde las estructuras de los partidos y sus representantes y demostrar durante el tiempo con acciones lo contrario

Respecto al papel de los medios, los resultados de la encuesta no hacen sino ratificar lo ya sabido: los medios de comunicación masivos, especialmente los electrónicos como la televisión, siguen siendo pieza fundamental para obtener la información que el ciudadano requiere como parte del proceso para definir su decisión de voto. Y aunque la valoración es en general bastante positiva, cuando se refiere al papel jugado por los medios masivos –así en sentido amplio– en la construcción de la democracia mexicana, sería necesario continuar la investigación para conocer si en la experiencia cotidiana y en el caso particular de cada medio, se mantiene la misma calificación.

Es concluyente que el elector neoleonés se encuentra aún muy distante de un uso y aprovechamiento efectivo de las TIC con propósitos políticos. La baja penetración de la Internet entre la población en general, así como falta de las habilidades tecnológicas requeridas para un uso eficiente, serían causantes de este distanciamiento. También podríamos suponer que el uso poco creativo por parte de los candidatos, partidos o instituciones políticas en general, ayudarían para ampliar la brecha.

REFERENCIAS

- Abramson, Paul. (1983). *Political attitudes in America. Formation and change*. W. H. Freeman and Company, San Francisco.
- Bourdieu, Pierre. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Cantú, Jesús; Gutiérrez, Esthela; Panzi, Silvia; Berlanga, José; Flores, Pablo. & Manuel Yarto. (2009). *El perfil del elector neoleonés*. Manuscrito sin publicar. Monterrey.
- Caplow, Theodore. (1995): La reducción de la autoridad personal S. Langlois y S. del Campo (eds.) ¿Convergencia o divergencia? Comparación de tendencias sociales recientes en las sociedades industriales. Fundación BBV, Bilbao, pp. 273-285.
- Converse, Philipe. (1969), <<Of time and partisan stability>>, *Comparative Political Studies* 2: pp. 139-171.
- Cordero, Rodrigo y Cristóbal Marín. (2006). *Los medios masivos y las transformaciones de la esfera pública en Chile*. Persona y Sociedad, XIX (3). [Recuperado en <http://www.udp.cl/icsa/documentostrabajo/agosto06.pdf>, el 16 de noviembre de 2008].
- Easton, David y Jack Dennis. (1967). <<The child's acquisition of regime norms: Political Efficacy>>. *American Sociological Review*, núm. 61, pp. 25-38.
- . (1969). *Children in the political system: Origins of political legitimacy*, New York: McGraw-Hill.
- Eco, Umberto. (1990). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- García Canclini, Néstor. (2006). *La modernidad en duda. Análisis de la Encuesta Nacional de la Juventud 2005*. México: Instituto Nacional de la Juventud.
- Gaytán Alcalá, Felipe. <<Elección presidencial en México: Los medios como arena político-electoral>>. *Chasqui*. [Recuperado en <http://www.chasqui.comunica.org/content/view/489/1/>, el 10 de octubre 2008].
- Greenstein, Fred. (1965). *Children and politics*. New Haven: Yale University Press.

- Halman, Lock y Ruud De Moor (1994). <<Individualización y cambio de valores en Europa y Norteamérica>> en J. Díez Nicolás y R. Inglehart (eds.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos*. Fundesco, Madrid. pp. 29 - 62
- Interlandi, Laura (2006). Participación y ciudadanía en la red de redes. *Hipersociología*. [Recuperado en <http://www.hipersociologia.org.ar/papers/linterlansp.htm>, el 24 de noviembre de 2006].
- Jaime, Antonio (2000). <<Familia y socialización política. La transmisión de orientaciones ideológicas en el seno de la familia española>>. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (92), pp. 71-92.
- Listhaug, Ola (1995), <<The dynamics of trust in politicians>>, en H.D. Klingemann y D. Fuchs, comps., *Beliefs in government*, vol. 1, *Citizens and the state*, pp. 261-297. Nueva York: Oxford University Press.
- Lozano, José Carlos (2003). *Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México, DF*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, IX (018), pp. 43-56.
- . (2005). <<Tendencias hacia la espectacularización y el sensacionalismo en la información política televisiva: un estudio comparativo de noticieros mexicanos, canadienses y estadounidenses>>. In J. C. Lozano (Ed.), *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos* (pp. 231-256). México: CONEICC e ITESM.
- Luhmann, Niklas (1988). <<Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives>>, en D. Gambetta, comp., *Trust: making and breaking cooperative relations*, pp. 94-107, Oxford: Basil Blackwell.
- Maravall, José M. (1995). <<Democracias y demócratas>>, Working Paper 1995/65, Madrid: Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales, Instituto Juan March
- Monzón, Cándido (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- Percheron, Annick (1990): <<Production et transmission des valeurs au sein de la famille>>. VV.AA., *Du politique et du social dans l'avenir de la famille*. La Documentation Française, Paris, pp. 131 - 139

- Ramos, Ramón. (1990). <<La familia como agente de socialización política>>, en *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado* (9), pp. 85-99.
- Reiser, Stefan (1995). <<Política y medios de comunicación en la campaña electoral>>. In J. Thesing & W. Hofmeister (Eds.), *Medios de comunicación, democracia y poder* (pp. 165-187). Buenos Aires: Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano/ Fundación Konrad Adenauer.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Smith, Aaron (2009). *The Internet's Role in Campaign 2008* Pew Internet & American Life Project.
- Vega, Aimee (2005). <<Amas de casa, política y telenoticias en México>>. Cuadernos del CAC, (22), pp. 107-115. [Recuperado en <http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/q22cas.pdf>, el 14 de febrero 2007].
- Vidal, Alicia (2003). <<Reflexiones preliminares sobre participación ciudadana, Internet y política>>. In G. Caetano & R. Perina (Eds.), *Informática, Internet & Política* (pp. 45-72). Montevideo: Impresora Editorial.
- Winocur, Rosalía (2008). <<Los unos y los otros. Inmigrantes y nativos en el mundo de las TIC>>. *Anuario Antropológico 2006*, pp. 151-178.
- Wolton, Dominique (1998). <<La comunicación política: construcción de un modelo>>, en Bregman, D., Dayan, D., Ferry, J.-M. y Wolton, D. (Eds.), *El nuevo espacio público* (pp. 28-46). Barcelona: Gedisa.
- <http://www.myBarackObama.com> [Recuperado el 10 de octubre 2008].

REFLEXIONES FINALES

REFLEXIONES FINALES

El estudio es un buen inicio, pero simplemente eso, pues a la par que avanza en algunos aspectos sirve para evidenciar el largo camino por recorrer para descubrir al votante neoleonés. El detallado repaso teórico sienta las bases para trabajos más sólidos, profundos y consistentes; la encuesta arroja alguna luz sobre las motivaciones, influencias y comportamiento del elector, pero también plantea algunas interrogantes que deberán responderse en estudios posteriores; y, finalmente, los análisis puntuales sirven para profundizar algunos temas y seguramente generan muchas otras inquietudes a investigadores sociales, políticos, asesores políticos, periodistas y ciudadanía en general.

El trabajo se planteó con objetivos más pragmáticos que científicos; pretendía brindar elementos de juicio para las autoridades electorales y los partidos políticos. En el caso de las primeras, para encontrar fórmulas que permitieran incrementar la participación electoral en los pasados comicios; para los segundos, brindarles información de campo para la planeación de sus campañas electorales. Y, por ambas vías, la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (CEENL) buscaba lograr una mayor concurrencia a las casillas el pasado 5 de julio.

Estos objetivos marcaron el momento de la aplicación de la encuesta, que no es precisamente el mejor para tratar de entender al votante, pues era demasiado tiempo después de un proceso electoral (dos años y medio) y demasiado antes del otro, previo a la definición de candidaturas y el inicio de las campañas electorales. Una encuesta aplicada en esos momentos es un buen punto de referencia para ser comparado con levantamientos posteriores, más cercanos a la fecha de la elección y posteriores a la misma jornada electoral.

Por otra parte, la naturaleza del órgano patrocinador del estudio, la CEENL, y la misma cultura política de los actores políticos, colocaron limitaciones adicionales en el diseño del instrumento, pues hubo ítems intocables para evitar despertar las suspicacias de los partidos políticos.

A pesar de ello (o quizá también por ello) el ejercicio fue muy enriquecedor, particularmente para los participantes en el mismo, pues la diversidad en el origen institucional, la formación y experiencia profesional, las disciplinas de especialización y las áreas de interés, entre otras, generaron una muy interesante dinámica, que permitió la construcción de un buen instrumento (seguramente mejorable, como los mismos autores percibimos

al momento de procesar y analizar la información) y un aceptable producto final.

El trabajo de campo recogió información relevante y reveladora. Por ejemplo el que los espacios donde más se hable de política sean la familia, particularmente, con la pareja (47%); y los amigos (47%), mientras se relegan los espacios institucionales del trabajo (38%) y la escuela (15%). El impacto que tiene la familia (36%), los medios de comunicación (31%) y las visitas de los candidatos (30%) en la decisión de por quién votar.

Pero también llama la atención que el 59%, casi las dos terceras partes, de los jóvenes entre 18 y 24 años de edad consideren que no reciben la información suficiente para decidir el sentido de su voto. Éste es uno de los aspectos en los que resulta muy interesante conocer la evolución, conforme avanzan las campañas electorales.

También permitió conocer que a los eventos de campaña acuden principalmente los mismos simpatizantes (66% de los asistentes) de los partidos políticos y que de los medios masivos de comunicación lo que más incide en la decisión del votante es la información recibida a través de los noticieros (45%) y debates (44%). Así como la poca presencia de la Internet y los mensajes por celulares.

Los análisis de éstos y otros resultados permiten ilustrar las amplias posibilidades de este tipo de estudios y la riqueza que puede surgir de un trabajo de campo de esta naturaleza, así como de la importancia de la disponibilidad pública de este tipo de bases de datos. Sin duda, los trabajos presentados profundizan en el conocimiento del elector neoleonés, pero únicamente en algunos de los muchos aspectos en los que se puede transitar a partir de la información disponible.

Los trabajos, sin duda, revelan las áreas de interés de los autores y dejan muchos otros aspectos por explorar. A pesar de las limitaciones ya comentadas en párrafos anteriores, la base de datos permite todavía muchos análisis adicionales y uno de los efectos deseados de esta publicación es despertar el interés de otros investigadores, para todavía lograr un mejor aprovechamiento de la misma.

En este, como en muchos otros ámbitos de la vida política nacional, las asignaturas pendientes son más que los asuntos atendidos. Por razones muy entendibles los estudios de la cultura política y el votante mexicano son recientes; sin democracia, al menos en el ámbito electoral, ni era posible ni tenía sentido hacerlo. Pero hoy que la ciudadanía elige a sus autoridades es prioritario continuar por este camino y multiplicar y reforzar los esfuerzos.

El esfuerzo realizado por la CEENL y las cuatro universidades neoleonesas marca una pauta, que debe mantenerse y sistematizarse, pero también ampliarse a otras instancias y latitudes y, particularmente, reforzarse. Es menester encontrar las fuentes de financiamiento que permitan sostenerlo en el tiempo y lograr derrumbar mitos y tabúes, para abrir paso franco al conocimiento científico. Hoy las interrogantes son más que las respuestas y esto únicamente puede superarse con un esfuerzo permanente y sistemático.

PERFIL DEL ELECTOR NEOLEONÉS

Con un tiraje de 1,500 ejemplares, se terminó de imprimir en el mes de octubre de 2009 en los talleres de Fuerza Gráfica, Ayutla 1012, Col. Nuevo Repueblo, Monterrey N.L. 64700

COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL NUEVO LEÓN

CUIDADO DE LA EDICIÓN

Director de Capacitación Electoral

Mtro. Javier López Mejía

Jefe de Planes, Programas y Material Didáctico

Lic. Rodolfo Alejandro Hernández de Anda

Jefe de Educación Cívico-Política

Lic. Cuauhtémoc Iglesias Ontiveros

CORRECCIÓN DE ESTILO Y EDICIÓN

Analista Redactora de Planes, Programas y Material Didáctico

Lic. Yolanda Jiménez Salazar

Asesor Editorial

Mtro. José Luis Martínez Canizález

DISEÑO Y FORMACIÓN

Jefe de la Unidad de Comunicación Social

Mtro. Arturo Cota Olmos

Jefe de Promoción e Imagen

Lic. Rosa Guadalupe Tovar Ramírez

Diseño Editorial

Lic. Julio Hernández Mújica

Lic. Juan Alfonso Ramos Zamora

TIPOGRAFÍA

ITC International Typeface Corporation Fonts

Arno Pro (Bold, Medium, Light)

Agenda (Medium Condensed)