

¿Qué evalúa el ciudadano al momento de votar? Algunas apreciaciones desde el Enfoque Racional

Sumario

Introducción. Corrientes Modernas. Elección racional y voto: Origen; Fundamentos Teóricos; Persuasión y voto en el contexto racional; La ideología como elemento señalizador; Ignorancia Racional; Especialización de la Teoría; Hacia una combinación de enfoques. Nota final. Referencias.

Resumen

Diferentes enfoques teóricos intentan analizar el comportamiento de los ciudadanos en la participación política y electoral en un sistema democrático. Entre éstas explicaciones se destaca la teoría de elección racional aplicada al contexto político, la cual parte del supuesto de que el votante puede identificar, en un ambiente de información completa, cuál es el partido que se encuentra a una menor distancia de sus preferencias y demandas de bienes colectivos (políticas públicas). En este sentido, se modela al igual que en un mercado la interacción entre dos agentes, por un lado, el elector que actuando racionalmente, demanda la provisión de bienes colectivos, por medio de los votos, y por otro lado, los políticos quienes ofrecen a los primeros una cantidad dada de estos bienes a través de sus propuestas de gobierno.

Palabras clave: Elección racional, mercado político, programa de gobierno.

Abstract

Different theoretical approaches trying to analyze the behavior of citizens in political participation and election in a democratic system. Among these explanations highlights the rational choice theory applied to the political context, which assumes that the voter can identify, in an atmosphere of complete information, which is the party that is less distance from their preferences and demands collectives (public policy). In this sense, is modelled as in a market interaction between two actors on the one hand, voters who act rationally, demanding the provision of public goods, through the votes, and on the other hand, politicians who offer the first a given amount of these assets through its proposed government.

Key words: Election rational, market policy, government programme

Artículo: Recibido, Abril 27 de 2008; Aprobado, Mayo 25 de 2008.

Lya Fernández de Mantilla: Magíster en Estudios Políticos, Pontificia Universidad Javeriana. Magíster en Ciencia Política en Ibero-América. Universidad Internacional de Andalucía España. Docente e Investigadora, Instituto de Estudios Políticos, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.

Katherine Flórez Pinilla: Economista, Universidad Industrial de Santander, Asistente de Investigación, Grupo de Investigación en Ciencia Política del Instituto de Estudios Políticos IEP-UNAB.

Correo electrónico: lyafernandez0109@yahoo.com; kathe_312@hotmail.com

¿Qué evalúa el ciudadano al momento de votar? Algunas apreciaciones desde el Enfoque Racional*

Lya Fernández de Mantilla
Katherine Flórez Pinilla

Introducción

Identificar y analizar los diferentes factores que contribuyen a explicar la conducta electoral y la decisión del voto de los electores, se ha constituido en una labor de importancia en la Ciencia Política. Los desarrollos teóricos de la disciplina han establecido diversas explicaciones sobre los determinantes de la conducta electoral del ciudadano, éstas se enmarcan básicamente en teorías como el conductismo, el funcionalismo, la teoría general de sistemas y el racionalismo. De estos grandes referentes teóricos surgen diferentes modelos para exponer el comportamiento de los actores políticos, entre éstos el del *ciudadano-votante*.

Modelos como *el psicológico, el sociológico, el racional y el ecléctico*, son los más utilizados en las investigaciones recientes del tema, en éstos se incluyen variables de todo tipo desde dimensiones psicológicas, históricas, sociales, culturales, económicas hasta fenómenos coyunturales.

Corrientes modernas

Son variadas las perspectivas teóricas que han tratado de explicar el comportamiento de los electores, los fenómenos políticos y las motivaciones del votante. Desde la psicología, el *conductismo*, se ha consolidado toda una línea de investigación que de acuerdo con el comportamiento observable de los seres humanos, pretende analizar su conducta, así como sistematizar y cuantificar comportamientos observados para luego contrastar tal evidencia y emitir juicios valorativos. Todo esto desde el ámbito individual, buscando explicar las acciones estudiando los estímulos del medio (en este caso del sistema político) y la respuesta de cada individuo a tales estímulos.

La orientación psicológica se basa en la influencia de *variables subjetivas* en las orientaciones evaluativas que utilizan los votantes para elegir un candidato o partido de representación. Siguiendo a Peña (2007), esta orientación analiza diferentes aspectos como la situación de liderazgo del candidato electo, la estrategia del partido; la estructura de la opinión pública para atraer al electorado y la estabilidad y competencia dentro del sistema de partidos como estímulos para definir las preferencias del electorado.

Por su parte, el ámbito sociológico, orientado principalmente por la corriente funcionalista de teóricos como T. Parsons, busca dar sentido a las partes o componentes del sistema político como funciones dentro de la totalidad, concibiéndolo como un cuerpo biológico (darwinismo social) en constante desarrollo y evolución. Estudios recientes dentro de la disciplina han concentrado su atención en la influencia que puedan ejercer características demográficas,

* Éste artículo es parte de la Investigación: "Elecciones Locales 2007: Determinantes del Voto para Alcalde", adelantada por el Grupo de Investigación en Ciencia Política" del Instituto de Estudios Políticos de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, IEP - UNAB, Colombia.

económicas y sociales en conjunto sobre el comportamiento del votante. A diferencia de la tendencia reduccionista de la psicología, los estudios sociológicos abordan el problema mediante métodos cualitativos, en los cuales elementos como el *discurso* y la *dimensión subjetiva del votante* se convierten en eje central de su análisis.

Sin embargo, a pesar de las diferencias entre los dos anteriores enfoques ha existido una tendencia hacia la combinación, el resultado, modelos como el *psico-social*, que combina tanto el estudio de las actitudes de los votantes, como respuesta a estímulos o fuerzas psicológicas y a elementos del contexto, social, económico, histórico, entre otros, para explicar la conducta del votante ante el sufragio.

El enfoque racional encuentra sus inicios desde el siglo XIX en teóricos liberales como Jeremy Bentham y más adelante con exponentes de la revolución marginalista como Vilfredo Pareto entre otros. Sin embargo, sólo se consolida un modelo del comportamiento del votante desde la disciplina económica hasta mediados de siglo XX con la exposición de la Teoría Económica de la Democracia de Anthony Downs.

El modelo racional fue expuesto originalmente por Downs en 1957 y ha marcado toda una línea de trabajo en la disciplina económica y política que han brindado valiosos aportes al estudio de la dinámica electoral. Se parte del supuesto de que tanto los votantes como los candidatos poseen una visión racional en términos de costo beneficio, la cual les permite elegir la mejor alternativa que maximice su bienestar. El trabajo de Downs se consolidó en la base del estudio económico de la política así como de la escuela de la Elección Pública encabezada principalmente James Buchanan.

Además de estas corrientes teóricas existen otras que intentan encontrar un enfoque intermedio e interdisciplinario, tal es el caso del denominado modelo ecléctico, para analizar las dinámicas electorales incluyendo variables típicas del racionalismo, de la tendencia sociológica (variables sociales, económicas y demográficas) y del paradigma psicológico, buscando un enfoque multidimensional para el análisis y la investigación en Ciencia Política.

Elección racional y voto

Para efectos de la investigación adelantada por el Instituto de Estudios Políticos IEP-UNAB, se seleccionó el enfoque racionalista del

comportamiento electoral como punto de referencia para el estudio de la escena política-electoral 2007 en el municipio de Bucaramanga, teniendo en cuenta que el principal objetivo de la investigación es examinar la influencia de las ofertas políticas, expresadas en los programas de gobierno de los candidatos, en la conducta del elector y en su decisión de voto.

Existen varios estudios que, contrastando los principales postulados de este enfoque, han encontrado de manera sistemática que los electores tienden a apoyar candidatos que promueven políticas congruentes con sus preferencias (Pacheco; 2005); lo cual quiere decir que existe un componente importante de optimización en la decisión del elector. Por esta razón, el modelo expuesto por la corriente de la Elección Pública de la escuela de Chicago, se convierte en el referente más cercano para estudiar los aspectos racionales que la conducta del votante en las pasadas elecciones.

Origen

En un primer momento, la teoría clásica de Smith, Ricardo, Marx, Schumpeter entre otros, estudiaba la institucionalidad y la política como variable endógena en el análisis económico, la formalidad que supuso la revolución marginalista (llamada también neoclásica) excluyó el tema para solamente estudiar la economía como un complejo de interacción entre oferentes y demandantes. La teoría económica, especialmente del siglo XIX, concebía al gobierno como un agente que *busca lo mejor para sus ciudadanos*, y por tal motivo, aplica políticas para acercarse a un óptimo social. Sin embargo, el estudio del gobierno se mantenía en el margen, y el centro de atención eran las fuerzas del mercado.

Sólo hasta épocas recientes, especialmente desde mitad de siglo XX, se ha retomado el papel de la institucionalidad en el desarrollo económico de las sociedades. En este sentido, el supuesto del gobierno *benevolente* no estaba cerca de explicar el comportamiento real de los políticos, dado que muchas veces se evidenciaba que las acciones implementadas no eran las mejores para la sociedad y la economía. A partir de los años sesenta, el comportamiento de los políticos y de los electores fue incluido en el modelo de elección racional sustentado por los desarrollos de la economía neoclásica, en el cual el interés del gobierno o de sus gobernantes está basado en maximizar votos y mantenerse en el poder (Bonilla; 2006: 115).



Fundamentos Teóricos

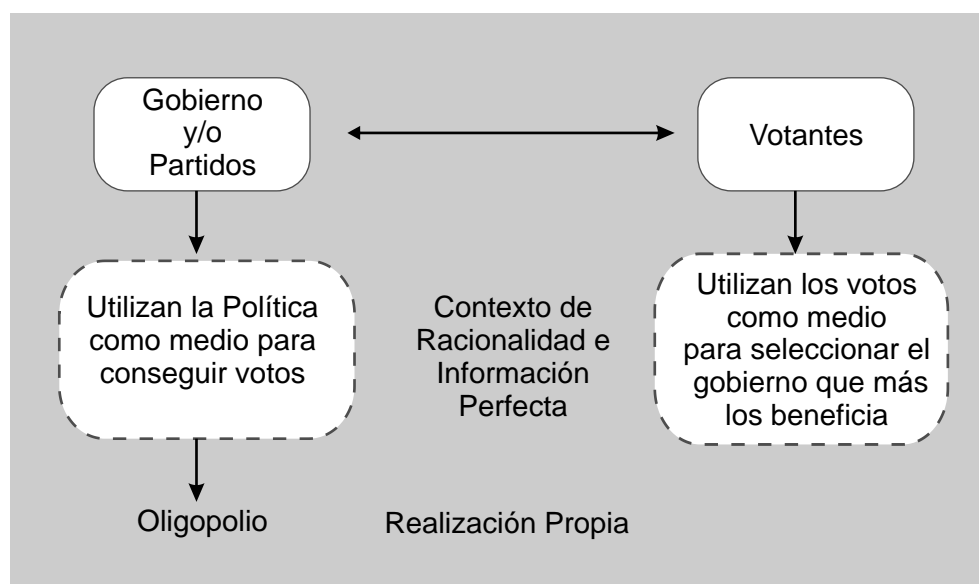
Cuando se incluye el sector gobierno en el modelo de elección racional estándar en la disciplina económica, se analizan cuáles serán las mejores políticas (desde una perspectiva positiva, que maximicen el bienestar de la sociedad en su conjunto y al mismo tiempo minimicen las pérdidas de eficiencia económica producto de la intervención gubernamental) que el gobierno puede aplicar.

Bonilla y Gatica (2006: 116) exponen los fundamentos metodológicos de este modelo que se reducen a dos: el primero, la *interacción de los agentes sociales individuales determina los resultados finales*, y el segundo, que estos agentes son *racionales* en el sentido de *mantener objetivos claros que tratan de lograr*, para lo cual se forman expectativas sobre las acciones de los otros agentes y actúan considerando el contexto en el que se desenvuelven.

Según el modelo estándar de la economía, el hombre racional se caracteriza por tomar decisiones dado un conjunto de opciones, ordenarlas según sus preferencias, de la más a la menos importante, jerarquizar sus preferencias de manera transitiva (coherente), elegir la opción que ocupe el primer lugar en la jerarquía, y tomar la misma decisión toda vez que se enfrente a las mismas opciones y contextos. En síntesis, las personas persiguen su fines con el mínimo empleo de recursos escasos y solo emprenden acciones en las que el ingreso marginal excede el coste marginal.

Utilizando estos supuestos Anthony Downs (1957), modeló la interacción entre los ciudadanos y los políticos, la cual ha sido punto de partida para diferentes análisis y ha creado toda línea de investigación alrededor de la decisión del voto. Su esencia radica en las motivaciones de cada uno de los actores (llamados agentes) que interactúan en la política o acción gubernamental. A diferencia de las teorías clásicas, se parte del hecho de que las motivaciones del político están enfocadas hacia la búsqueda de renta, prestigio y poder al momento de ejercer la representación. Todo esto en un ambiente democrático “estable” que no da lugar a golpes de Estado o a poder económico ilimitado de los gobiernos.

La dinámica de la democracia planteada por Downs (1957), parte de la hipótesis de que los partidos formulan su política como medio para obtener votos. Por lo tanto, su función social (elaborar políticas mientras se encuentran en el poder) es un subproducto de sus motivaciones privadas (obtener renta, prestigio y poder que supone gobernar). En este sentido otros autores señalan “...el modelo de Downs establece que los partidos elaboran políticas para ganar elecciones, más que ganar elecciones para formular políticas. Esto es, con tal de ganar el apoyo de los electores harán ofertas políticas que no podrán cumplir en un momento determinado, lo cual puede significarles perder el apoyo de los electores en la próxima contienda electoral (Kuschick; 2004: 57).



En este sentido, el modelo Downs (1957) plantea la existencia de cierto componente estratégico en las relaciones entre los agentes del mercado político, en un contexto de racionalidad e información perfecta:

1. Las acciones del gobierno dependen de la forma en que espera que voten los ciudadanos y de las estrategias de los opositores.
2. El gobierno confía en que los ciudadanos voten de acuerdo con las variaciones que la actividad gubernamental provoque en su utilidad o renta, y las estrategias de los partidos de la oposición.
3. Los ciudadanos votan de acuerdo con las variaciones que la actividad gubernamental cause en su renta, y las alternativas ofrecidas por la oposición.
4. La utilidad o renta que los votantes reciben de la actividad gubernamental depende de las acciones tomadas por el gobierno durante su mandato.
5. Las estrategias de la oposición dependen de su punto de vista sobre la utilidad que los votantes obtienen de la actividad gubernamental y de las acciones del partido en el poder.

En esta conceptualización ideal del funcionamiento del sistema político en un contexto caracterizado por la existencia de información perfecta y completa, tanto los electores como los partidos y candidatos disponen de la información suficiente y necesaria para tomar las decisiones que permitan maximizar la utilidad de los primeros y los de votos los segundos.

Así mismo se supone que el elector procura obtener mayor información de las ofertas políticas con el objetivo de racionalizar sus expectativas futuras de bienestar, evaluando el desempeño pasado y presente del partido gobernante. Sin embargo, tanto los electores como los candidatos poseen información incompleta y asimétrica sobre las demandas y ofertas políticas, por lo que el resultado es una sub-optimización del bienestar de los electores y una sub-optimización de la cantidad de votos obtenidos por los candidatos y partidos (Godínez; 2005).

Downs (1957) se dispone a relajar tales supuestos y explicar cómo es la interacción entre los agentes del mercado político en un contexto donde el *conocimiento es imperfecto y la información es costosa*. En este medio, el autor

argumenta que existen tres elementos o factores que definen e influyen en la decisión de voto de los ciudadanos: la persuasión, *la ideología y la Ignorancia Racional*.

Persuasión y voto en el contexto racional

La persuasión cobra importancia en el contexto real, dado que unos políticos pueden ejercer mayor influencia sobre los votantes que otros, y se tiene presente que la igualdad de derechos de los ciudadanos no garantiza la igualdad de influencia sobre la acción gubernamental; así mismo, algunos votantes pueden ejercer mayor influencia que otros (cuasirepresentativo); el gobierno presta más atención a los especialistas (intermediadores); el partido gobernante puede ser sobornado. La necesidad de persuasión en un contexto de incertidumbre distorsiona el modelo ideal del mercado político en el sentido que causa desigualdad en la competencia política.

La ideología como elemento señalizador

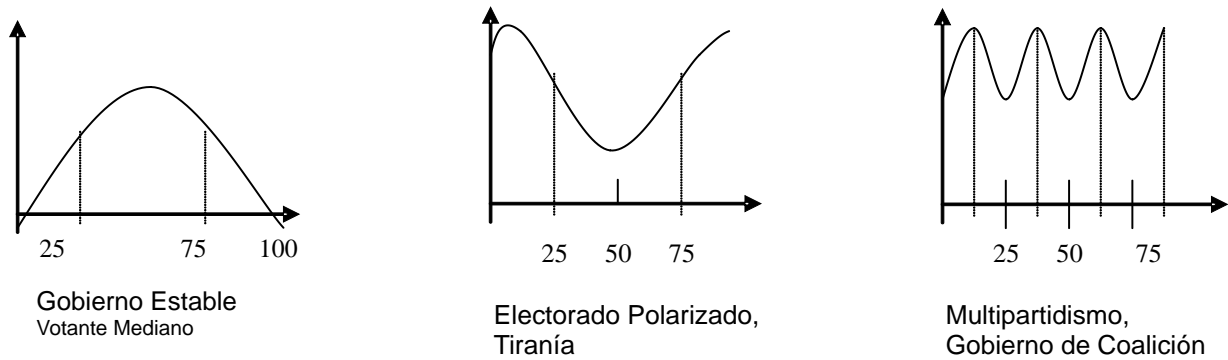
La ideología se manifiesta en la competencia electoral y política como un elemento reductor del gasto de información en que tiene que incurrir el votante para tomar su decisión de voto. Por el lado de la oferta, los políticos utilizan la ideología como medio para atraer votos y centrar su atención en los elementos diferenciadores (señales) que ofrecen con respecto a los demás políticos o partidos.

En el escenario democrático, Downs (1957: 102) se vale de un modelo espacial de competencia empresarial para explicar el papel de la ideología, basado en el trabajo de Black (1957) y el esquema de Hotelling (1929) sobre la competencia geográfica espacial entre las industrias, en la cual dos empresas tratan de maximizar su participación en un mercado que posee una distribución uniforme de consumidores en un intervalo acotado. En esta situación, ambas firmas se localizarían en el centro del intervalo, posición que corresponde exactamente a la del consumidor mediano. Esta tendencia sería aplicable en otros contextos como el político, donde sugirió que la competencia entre programas de gobierno ofrecidos por dos candidatos en disputa tienden a parecerse bastante en muchos aspectos (Bonilla et. al, 2006: 123).

Siguiendo lo anterior, Downs y Black, plantean el Teorema del Votante Mediano, en una



Efectos de la Ideología



Tomado de *Teoría Económica de la Acción Política*, Downs (1957)

votación unidimensional (centrada en un único tema de política), si las preferencias de los votantes tienen un solo máximo, es decir, si dentro del universo de opciones existe una sola alternativa que satisface completamente sus preferencias; entonces, en una elección por mayoría simple, la alternativa que prefiere el votante mediano vence cualquier otra alternativa que se presente; por tanto, el votante mediano es quien decide el resultado de la votación (Bonilla y Gatica; 2006: 123).

Se asume en el modelo que en un sistema político bipartidista los electores tienden a preferir la opción ideológica que se acerque más al centro, y si la distribución de los electores sobre el espacio de políticas es conocida, tiende a existir una convergencia entre partidos políticos (competidores) y cierta homogeneidad en sus propuestas, por lo cual se define como gobierno estable.

Sin embargo, este teorema descansa en supuestos altamente restrictivos de información que se discutían anteriormente que han sido relajados en los desarrollos subsecuentes. Si bien los votantes tienen interés en determinados temas importantes en el contexto de la elección, y éste pone en evidencia la posición de los candidatos en la política pública al respecto, para los electores es costoso informarse en detalle de todas las propuestas de los candidatos (habría que leer los programas de los candidatos), por tal razón, los votantes recurren al mecanismo simplificador de la *ideología* para esquematizar, desde el espacio de la ideología la posición que los candidatos en el espacio de las políticas públicas.

Así mismo en un sistema caracterizado por el bipartidismo, se puede presentar el caso de un electorado polarizado ideológicamente; éste escenario, argumenta el autor, da lugar a la

existencia de una tiranía que satisface a una parte de la población.

Aunque en el trabajo seminal de Downs no se profundiza, también introduce el análisis de un sistema multipartidista, caracterizado por una distribución multimodal de la votación, en el cual la presencia de múltiples opciones para los electores tienen a formar entre los oferentes *coaliciones* para alcanzar la mayoría de votos, no obstante, se argumenta que éstas coaliciones tienen un efecto perverso en la definición del gobierno y sus políticas, pues además de mostrar debilidad ideológica, se dificultaría el consenso para la definición de políticas e intervenciones.

Ignorancia Racional

El tercer factor, o efecto del conocimiento imperfecto que señala Downs (1957), es el más importante en la definición del voto y del comportamiento electoral, pues en la mayor parte de los casos determina el grado de persuasión y de ideología existente en los votantes. La *ignorancia racional*, término utilizado en la teoría económica, se aplica en el contexto político y electoral dado que éste exige información para tomar las decisiones políticas, en el caso de los votantes, su elección supone la siguiente pregunta: ¿por qué partido o candidato votar?, teniendo en cuenta propuestas y políticas que el partido promete implementar en el poder y el cálculo del beneficio que traerán dichas políticas.

Por otro lado, los votantes requieren información para ejercer influencia directa en la formación de las políticas públicas o persuadir al gobierno para que intervenga en ciertos aspectos. Los ciudadanos deben poseer gran información,

lo cual eleva mayoritariamente sus costos. Esta es la razón que justifica la formación de grupos de presión con intereses comunes y la acción colectiva en determinadas áreas de política para alcanzar beneficios, tema profundizado principalmente por Mancur Olson en su estudio de 1985.

Por tanto, es claro que para elegir el partido o el candidato que represente sus intereses, los votantes deberán informarse, pero acceder a esta información supone un costo para ellos que no los incentiva a conseguirla, es decir, el costo marginal de informarse para “votar correctamente” es mayor que el ingreso marginal por lo cual el elector prefiere no informarse, por esta razón, es irracional¹ que la mayoría de los ciudadanos busque información política con propósitos de voto. Sin embargo, reitera Downs (1957), existe *información gratuita*² en el medio que permite al votante informarse y formar expectativas sobre los políticos.

Si los electores conocen qué políticas son las mejores para sus intereses, el gobierno se ve forzado a seguirlas, pero éstas recaerán sobre todos los ciudadanos sin importar si están o no bien informados o han contribuido a implementarlas. Por tanto, individualmente el voto se torna insignificante entre un amplio electorado para decidir sobre el futuro de la política, éstas dependen de la totalidad de votos, cobraría significancia sólo si se decidiera el voto de manera colectiva. Por estas razones, el incentivo individual a informarse correctamente es insuficiente para motivar al elector, puesto que los beneficios que los ciudadanos obtendrían de informarse correctamente son indivisibles (Downs; 1975: 108).

Una de las conclusiones de este apartado es que de acuerdo con el modelo racional, la existencia de información gratuita es el único medio que puede disminuir la brecha de la decisión de voto, entre el modelo con información perfecta y el modelo de conocimiento imperfecto.

Especialización de la Teoría

Debido a las limitaciones manifiestas del modelo, desarrollos teóricos posteriores de esta corriente se han especializado principalmente en dos líneas de análisis interrelacionadas; la primera,

enfocada en el estudio de las características y problemas de los votantes y la segunda, enfocada en las características de los competidores.

Con respecto a los votantes, se han observado y contrastado empíricamente problemas de *falta de información* por parte de estos sobre los candidatos. Por tal razón, se han incorporado a la modelación problemas de incertidumbre e información imperfecta, por medio del método de votación probabilística. Es decir, la incertidumbre que los votantes tienen acerca de los programas reales de los candidatos es modelada con una distribución de probabilidades que captura el hecho de que todos los votantes tienen una probabilidad mayor que cero (por muy pequeña que sea) de votar por cada uno de los candidatos. La ubicación inicial de los votantes en el espectro político, más el juego de señalización de los candidatos, es lo que hace a los votantes decidirse por uno u otro candidato (Bonilla y Gatica; 2006: 126).

Los modelos probabilísticos se basan en las expectativas y/o creencias de los votantes sobre las características reales de los candidatos por lo que queda abierta la posibilidad de que estos últimos intenten señalar sus características para tratar de ganar la elección. Esta idea es la que propone la teoría de movilización y que ha sido analizada por los estudios sobre el impacto de las campañas políticas en la opinión pública (Gerber, 1990, citado por Bonilla 2006).

Además de estas ramificaciones del modelo inicial de decisión del voto y de la competencia política, siguiendo a Bonilla (2006), se ha desarrollado otro tipo de conceptos como el de los *atajos* (*short cuts*) que argumenta cómo los votantes poco informados sobre las propuestas basan su decisión de voto en lo que hacen pequeños grupos mejor informados e interesados en una propuesta compleja. Por el mismo estilo, otros estudios se elaboran sobre la idea de que existe un *atajo de género* (*gender short cut*) que utilizan los votantes; sosteniendo que una candidata mujer es percibida como una persona ajena a la situación (*outsider*), alejada de los problemas de corrupción existentes en la política.

A pesar de la sofisticación de herramientas para modelar el comportamiento

¹ Este modelo no tiene en cuenta juicios éticos ni cívicos así como tampoco la afinidad que pueden tener las personas con el tema político que los motiva a informarse correctamente.

² La información gratuita es aquella que el ciudadano encuentra sin realizar ningún esfuerzo.



político, es innegable que estos competidores además de las motivaciones descritas, responden a un *contexto* que determina los incentivos y las restricciones que enfrentan en el proceso de competencia. A partir de la década de los noventa, el análisis institucional cobra importancia dentro del estudio del comportamiento político en general y particularmente de la competencia política.

Este tipo de estudios ha incluido el efecto de las reglas electorales en la competencia política. Así como también Cox (1987) replanteó la importancia de las reglas electorales en el comportamiento partidista y ha utilizado argumentos de la Teoría Espacial del Voto para determinar las condiciones en que los sistemas electorales inducen o no la convergencia de las plataformas políticas presentadas por diferentes competidores y de las políticas llevadas a cabo por los partidos en el poder (Bonilla y Gatica: 2006, 130).

Si bien la línea de investigación iniciada por Downs aún considera exógeno el marco institucional (agencias y organizaciones que dan forma a la estructura del sistema electoral), el comportamiento racional de los agentes implica la acción estratégica para diseñar y transformar instituciones, por lo cual es un tema de especial atención en el análisis de la elección pública y la economía neoinstitucional.

Hacia una combinación de enfoques

A pesar de la especialización y rigurosidad a la que se ha sometido el modelo racional del comportamiento de los votantes y los políticos, éste aún sigue complementándose con elementos de otras disciplinas y enfoques que permiten así obtener una visión multidimensional de la toma de decisiones políticas.

Siguiendo a Kuschick (2004: 48), desde áreas disciplinares como la sociología, el comportamiento de los electores deviene *constricción social*, es decir, los individuos toman decisiones en función de las presiones y condiciones sociales en las que viven: clase, ocupación, pertenencia a grupos de referencia (familia, trabajo, religión) y estatus económico. No obstante, se reconoce también el papel que juega la racionalidad y los medios de comunicación en la toma de decisiones de los electores.

Se acepta que los ciudadanos deciden a partir de los beneficios que les ha proporcionado el gobierno de turno y de los posibles beneficios

de los partidos contrincantes. Por tanto, la decisión tiene en cuenta las percepciones de los individuos en relación con las acciones e “inacciones” del gobierno de turno y en función de la capacidad de los partidos opositores de generar confianza y credibilidad en las ofertas que realizarán a favor o en contra de los programas del gobierno en turno, o de los cambios que introducirían se llegarán al poder; eso significa que las campañas políticas y comunicativas pueden intentar cambiar tales percepciones (Kuschick; 2004: 50).

En este contexto, los medios de comunicación juegan un papel esencial en la formación de estímulos a los electores para moldear la imagen de las alternativas políticas. Kuschick resalta tres esquemas de la comunicación que influyen en la decisión electoral:

Comunicación filtrada: influencia que se recibe de los medios a partir de los intereses de cada individuo.

Comunicación por medio de un líder: la comunicación que llega por medio de un líder de opinión.

Comunicación a partir del interés en la decisión electoral: en donde elementos como la identidad política-partidaria, la imagen de los candidatos, los temas de interés en las campañas

Siguiendo esta línea los ciudadanos tienen diversos criterios o *filtros* para percibir los beneficios de la acción gubernamental. Las lecciones son un proceso de toma de decisiones, que involucra diferentes tipos de actores. La decisión de los electores es el resultado de la *imagen* que se han formado de los políticos y de sus actuaciones. Por tanto, la base de la decisión son las percepciones de los electores con respecto a los políticos, sus políticas y partidos que representan. La percepción consta de imágenes conformadas por elementos de *tipo cognitivo* aunados a elementos de *tipo afectivo*. Las experiencias previas con que se evalúan acciones y hechos a partir de los cuales se mide la actuación de un candidato en función de su experiencia, habilidades y capacidad para desempeñar el puesto, los niveles de información, logros anteriores y capacidad administrativa, además de cualidades personales como bondad, integridad, patriotismo y sinceridad (Kuschick; 2004: 58).

Nota final

La mayoría de estudios sobre comportamiento electoral, desde la perspectiva del votante, se han ocupado preferentemente del comportamiento de los electores en Estados de Norteamérica y Europa. En América Latina, dado el proceso de democratización reciente y las particularidades de los sistemas políticos, surgen preguntas acerca de la aplicación y compatibilidad de teorías electorales desarrolladas en las democracias antiguas para explicar el fenómeno.

La teoría planteada por Anthony Downs en 1957 sobre la existencia de un mercado político ha brindado valiosas herramientas para analizar ciertos aspectos de las motivaciones de los actores políticos, sean estos ciudadanos-votantes, no votantes y candidatos políticos en la definición del gobierno. Sin embargo, son variados los elementos que el modelo supone como dados o simplemente no los aborda, lo cual incide en que desde otras disciplinas se tienda a la complementariedad o a descartar la posición racional como explicación válida.

Referencias

Bonilla, E; Gatica, L. (2006). Una Nota sobre la Teoría Espacial del Voto. Tomado de www.cepchile.cl

Bonilla, C; Silva, E. (2007). Revisitando la Teoría Espacial del Voto: Nueva evidencia de Chile al 2003 y sus Implicaciones para las candidaturas presidenciales del 2005.

Downs, A (1957). Teoría Económica de la Acción Política en una Democracia, en: *Diez textos básicos de la ciencia política*. Editorial Ariel S.A. Barcelona 1992.

Kuschick, M. (2004). Teorías del comportamiento electoral y algunas de sus aplicaciones. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Godínez, A; Fuentes, N; Sanabria, R. (2005). Determinantes Socioeconómicos y Demográficos del voto por Presidente de la República (2000) y por Gobernador de Baja California (2001).

Losada, R. (1984). Clientelismo y Elecciones. Programa de Estudios Políticos. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Pacheco, E; Vilalta, C; Schettino, M. (2005). Calculando el peso que los electores le ofrecen a los factores de decisión: una propuesta metodológica. *Working Paper*. Tecnológico de Monterrey.

usmex.ucsd.edu/research/conf_pdfs/pacheco.pdf

Peña, B. (2007). ¿Por qué la gente vota como vota? Teorías políticas del comportamiento electoral, en: *Revista Trayectos UABCS*. Vol. I, No. 1. Año 2007.

www.uabcs.mx/revista/Revista%20trayectos%20web/num01/capitulo01/capitulo.pdf



PLATANILLOS
(60 x 110 cms)
Año 2007