

El cambio de la simpatía político-electoral en la elección del 2024

Murilo Kuschick¹

A partir de las elecciones federales del 2018 (Moreno, 2019) se podría establecer la caída y/o el cambio en la simpatía político partidaria, es decir, el hecho de que los electores hayan dejado de votar por un partido político motivado por la identidad con un instituto político (Campbel, Stokes and Miller, 1964). Esto a partir del hecho que la elección presidencial mostró un nuevo alineamiento político con la aparición en el caso de México con el partido Morena y la disminución por los partidos tradicionales que hasta entonces habían dominado la escena política en México - PRI y PAN- entonces podríamos establecer una nueva estructura que implica la introducción de otra de las variables que el paradigma del *American Voter* (1952) va a establecer, la imagen de los candidatos, en esta investigación se estableció la existencia de tres variables que podían determinar el comportamiento de los electores: simpatía político electora, imagen de los candidates y los temas (*issues*) de las campañas políticas. ¿A partir de esto podríamos decir qué la simpatía político-partidaria ha desaparecido o ha mermado cómo factor para la decisión político electoral?

Además del hecho de que en las campañas políticas se da la aparición de alianzas entre varios partidos políticos, lo que significa la quiebra o la disminución de la importancia de la identidad política, ya que partidos políticos que antes se encontraban en lugares distintos del espectro político, como el PRI y el PAN constituyan una alianza ya que no pueden por sí solos enfrentarse de manera solitaria a la nueva organización política, en este caso, Morena que va a surgir en la escena política de México de manera muy reciente derivada de una situación que no era visible en un sistema político, como el mexicano, que fue inamovible y prácticamente inexistente durante gran parte del siglo XX (en donde existía un partido político hegemónico y dominante, el PRI, partidos

¹ Profesor investigador, Departamento de Sociología, UAM-Azcapotzalco, markjankus@yahoo.com

satélites a este, PARM, PPS) y una oposición leal como la denominara allá por los años setenta Soledad Loaeza (1980), por lo tanto con la aparición de dos características de los sistemas políticos modernos: competencia y alternancia política, que no había en las elecciones del siglo XX, la transformación del sistema político y la agregación de una nuevo factor que no era importante en las elecciones anteriores, esto es, la variable de la imagen política de los candidatos.

Este nuevo factor que fuera uno de los primordiales en la escena política estadounidense y sigue siéndolo, en México apareció bajo la forma de los caudillos políticos revolucionarios, como es el caso del general Villa, Francisco I. Madero, Emiliano Zapata en el proceso revolucionario, el general Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles forjador del Partido Nacional Revolucionario (PNR), después transformado en Partido de la Revolución Mexicana (PRM) por otro de las figuras caudillescas -Lázaro Cárdenas-, finalmente a partir de Miguel Alemán se transformará en el actual PRI que gobernará poco más de setenta años, hasta la derrota del año 2000 a manos de Vicente Fox candidato del PAN; organización política fundada por Manuel Gómez Morin como forma para contrarrestar al modelo revolucionario priista mediante una organización política de derecha, individualista, católica y empresarial. Entonces, si bien el PRI por muchos años postulará a la presidencia a funcionarios o burócratas ligados al régimen político dominante es hasta a elección de 1988, cuando el hijo del general Cárdenas Cuauhtémoc Cárdenas se va a presentar como candidato de una organización político creada exprofeso para combatir al PRI y a su candidato Carlos Salinas de Gortari, la presidencia de México, ahí da inicio o resurge el enfrentamiento entre la identidad político partidaria (simpatía política) una variable de corte psicológica con la imagen de los líderes políticos que serán promovidos por la propaganda y el marketing político de los nuevos medios electrónicos de comunicación con la aparición primero del radio, televisión y las redes sociales a partir de la llegada del Internet.

Decimos que el elemento novedoso en esta ecuación es la imagen de los candidatos, pues, en la etapa anterior, antes de los años cuarenta del siglo pasado, los candidatos para poder promoverse frente a los electores sólo contaban con el medio más tradicional que era la prensa y con apariciones públicas en escenarios tales como festividades públicas, en las puertas de fábricas, plazas, etc. Será con la llegada de la televisión y mediante el uso de los spots políticos que un candidato de edad avanzada, calvo como Eisenhower será lanzado y proyectado como el candidato a vencer en las elecciones de 1952 en los Estados Unidos, como una campaña política en la imagen (Nimmo, 1976) será el nuevo elemento, aun cuando la simpatía por los partidos tradicionales, como lo ha probado las investigaciones de la Universidad de Michigan (ANES).



Fuente: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=i like+ike+spots>

Sin embargo es inequívoca la posibilidad de que la construcción imagética de los candidatos como lo hiciera el director de la campaña republicana con una estrategia que hacía uso de la imagen del general como un líder fuerte y vencedor de la II Guerra Mundial a un hombre ya viejo cansado y enfermo, además de la serie de spots en donde Eisenhower respondía a ciudadanos comunes y corrientes sobre los problemas nacionales, por lo tanto, mediante la creación de la imagen, la utilización de su apodo "IKE" y la utilización de los temas (*issues*), pudo el partido Republicano sacudirse finalmente de la hegemonía Demócrata que había estado en el poder con Roosevelt por

más de tres mandatos, ¿esto significa que había mermado o desaparecido la simpatía política por los candidatos republicanos en el periodo que duró la dominación demócrata? No creemos tal cosa, sino que los candidatos y las campañas de los partidos políticos a partir de aquél entonces hasta la actualidad necesitan ir más allá de su electorado tradicional, es decir “su voto duro” y lograr captar a otro tipo de electores a los indecisos a los independientes a simpatizantes de otros partidos que en determinado momento se encuentran decepcionados como su propio partido y buscan nuevas opciones. Como lo habían planteado el Paul Lazarsfeld (1962) mediante el grupo de Columbia, las campañas políticas de los partidos deben cumplir cuatro propósitos para poder triunfar: reforzar, conversión, activar y desactivar, (Martínez, 2008) es decir, una campaña debe lograr que los simpatizantes de un partido político sigan siendo fieles a sus colores y convicciones, luego, que tenga la capacidad de convencer y persuadir a aquellos que no eran fieles a otras ideologías políticas, luego activar a aquellos que no pensaban ir a votar y finalmente desactivar, es decir, convencer a algunos que nos conveniente participar de las elecciones. Por lo tanto, las campañas de los partidos ya no pueden confiar únicamente en el voto fiel “voto duro” de un partido político, sino que debe salir a cosechar y persuadir a nuevos electores o “robar” electores de otros partidos, de ahí la importancia de la imagen, de la novedad de los candidatos de sus propuestas y de la capacidad de la campaña de llamar la atención de los electores, ya cansados de escuchar y ver a los mismos candidatos de siempre, sus mismas y viejas propuestas.

De ahí qué en un escenario político, como el del gobierno de De La Madrid en México sacudido por el terremoto de 1985, la crisis económica el final de la política de bienestar del PRI y la incapacidad de su gobierno de seguir manteniendo el mismo modelo económico y con una candidato -Salinas de Gortari-, carente de carisma y simpatía los electores se van a decantar por una “novedad”, la ruptura al interior del PRI y la figura de Cuauhtémoc Cárdenas del Frente Democrático Nacional, que representaba una fisura al interior del PRI y presentaba a un candidato

que ponía en jaque al sistema político tradicional, envejecido y anquilosado del PRI y revivía mitos como la lucha entre David y Goliath dentro de la política, es decir, una imagen novedosa capaz de hacer soñar a los electores de posibles y probables cambios en el sistema político del país; por lo tanto qué es lo que planteamos no la desaparición de la simpatía político partidaria, sino su “reconversión” y un redireccionamiento de parte de un grupo de electores, por lo tanto se puede decir que la simpatía político partidaria, es decir, la identidad, la fidelidad con una organización política es una modalidad que de la misma manera con la que los seres humanos somos afines en términos emocionales a nuestra familia, amigos, esto es, existe una comunidad afectiva hacia ellos lo que se manifiesta en un acuerdo, por lo tanto la identidad implica la relación que tenemos o manifestamos con él o con los otros en el sentido de que compartimos con otros ciertos pensamientos, actitudes, valores y creencias que nos permiten tener acuerdos, además de comportamientos similares.

La utilización del concepto de identidad en el campo político es deudora, en lo fundamental, de las tesis provenientes de la teoría psicoanalítica. Para esta teoría, la identidad no es otra que la manera en que un determinado individuo adquiere una fisonomía particular a través de su identificación con otro u otros sujetos. En términos psicológicos, la identificación se concibe como un proceso "...mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste, [de tal manera que] la personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones" (Laplanche y Pontalis, citados en Gutiérrez, 2001: 15).

Para comenzar a definir el concepto de identificación partidaria, se señala, en primer lugar, que por *identidad* se entenderá "... la representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición en el espacio social y de sus relaciones con otros agentes (individuos o grupos) que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio. En cuanto representación de un *sí mismo* o de un *nosotros* socialmente situados, la identidad es esencialmente *distintiva*, relativamente duradera y tiene que ser socialmente *reconocida*" (Giménez Montiel, 1995: 42).

De esta definición se desprenden tres funciones básicas:

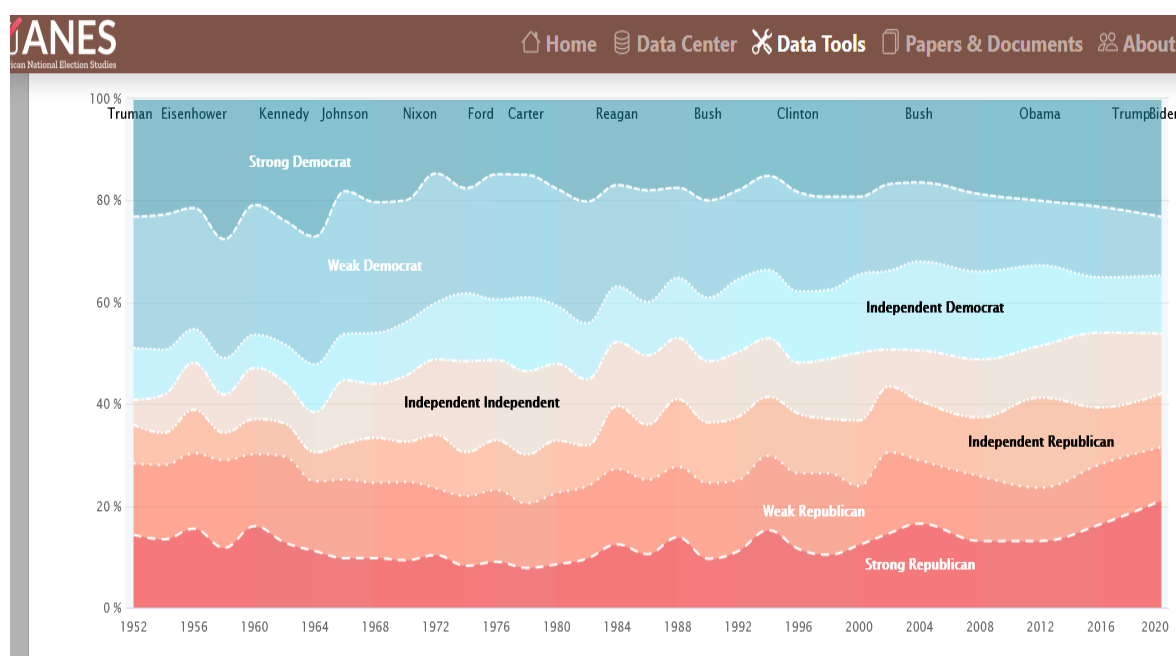
- Función locativa: significa que la identidad permite a los agentes autoubicarse y orientarse por referencia a las coordenadas del espacio social.
- Función selectiva: se deriva del carácter operativo de las representaciones sociales y significa que la identidad selecciona, en función de los valores que le son inherentes, el sistema de preferencias de los agentes sociales y, por lo mismo, sus opciones prácticas en el campo de las posibles delimitaciones por la posición social que ocupan.

- Función integrativa: implica la posibilidad de integrar las experiencias del pasado con las del presente, en la unidad de una biografía incanjeable (tratándose de identidades individuales) o de una memoria colectiva compartida (tratándose de identidades colectivas) (Giménez Montiel, 1995: 42).

La *identidad* así entendida se remite a una *identidad social*, la cual implica un proceso de construcción material de sentido social, es decir, como una construcción simbólica en el sentido amplio del término. Se tiene entonces que la cultura es, por así decirlo, el cuerpo de la identidad. "Así, cuando se da la concreción al concepto de cultura, se habla necesariamente de identidad: somos en razón de nuestra historia y nuestras prácticas, así como de nuestros productos, pero especialmente del sentido colectivo que éstos tienen para el grupo" (Aguado y Portal, 1992: 41–51). Aguilar López (2008).

El concepto de identidad nos lleva al de fidelidad, es decir que ciertas personas van a mantener por un cierto periodo tiempo un mismo conjunto de opiniones y actitudes sobre un mismo objeto, de ahí que los teóricos de la concepción psicológica de la política agrupados alrededor de la escuela de Michigan vayan definir a la identidad política, como la adhesión de un grupo de individuos a un conjunto de ideas, opiniones y actitudes política hacia un partido o agrupación política. Ahora bien, esto no significa que en determinados momentos por las acciones de los partidos políticos, sus candidatos o su actuación en el ámbito de su competencia gubernamental no disminuya la simpatía política y la fidelidad de los electores hacia ellos, así ha pasado con muchos partidos políticos que han perdido la fidelidad de sus electores y han tenido que desaparecer, no es el caso de la democracia estadounidense cuyos partidos Demócratas y Republicanos han mantenido la preferencia de sus electores; sin embargo, el Partido Comunista Italiano, así como muchos partidos en el mundo y en América Latina han desaparecido o han tenido que cambiar de nombre o aliarse con otras agrupaciones, como es el caso del Partido Justicialista en Argentina que si bien siga existiendo en la actualidad se conoce bajo la sigla de Frente de Todos y Unión por la Patria en la actualidad. Como vemos la simpatía político partidaria y la fidelidad a un partido político no es un hecho estático que se mantenga a lo largo del tiempo de manera idéntica, sino que ha de ir evolucionando conforme cambian

las situaciones locales e internacionales, así como los acontecimientos coyunturales, como la propia opinión pública y la imagen de los candidatos y de los gobernantes y las percepciones que los integrantes de la opinión pública van teniendo de ellos, los escándalos político y la corrupción que acompaña siempre el accionar político.



Fuente: <https://electionstudies.org/data-tools/anes-guide/>

Como vemos en esta gráfica como los distintos gobiernos tanto del partido Demócrata y del partido Republicano y sus respectivos presidentes han sufrido los embates de las percepciones de la opinión pública y cómo este fenómeno de la simpatía es afectado por las imágenes de los candidatos y de los propios presidentes

President	Approval	Disapproval	Net	Total approve + disapprove
Harry Truman	87	3	84	90
Dwight Eisenhower	73	8	65	81
John Kennedy	78	6	72	84
Lyndon Johnson	74	9	65	83
Richard Nixon	60	12	48	72
Gerald Ford	51	31	20	82
Jimmy Carter	63	18	45	81
Ronald Reagan	68	18	50	86
George H.W. Bush	58	16	42	74
Bill Clinton	53	34	19	86
George W. Bush	56	28	28	85
Barack Obama	60	33	27	94
Donald Trump	42	52	-10	94
Joe Biden	53	40	13	93

https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&sca_esv=560409506&sxsrf=AB5stBiOypveaueLseRXu7BEs6eKlnUD3w:1693104085916&q=presidential+popularity+rating&tbm=isch&source.

Los niveles de aprobación/reprobación de los presidentes y gobernantes tienen impacto en las preferencias políticas y las imágenes de los candidatos, de los partidos y de los presidentes, así que como veremos en el caso de México y de otros países, la simpatía y la identidad con un partido político tendrá consecuencias y afectará de manera radical tanto las posibilidades de elección de un partido como su manutención en el poder y como lo dijera Boulding (1956) los cambios en las apreciaciones y las imágenes a partir de la información que recibimos afectará la opinión que tenemos de estos personajes políticos.

En el caso de México se puede decir que el PRI fue el partido con mayor cantidad de simpatizantes, pues gobernó el país por más de setenta años hasta la elección del año 2000, cuando un outsider de la política -Vicente Fox Quesada-, un ingeniero guanajuatense quien fuera

gerente de la Coca Cola logra colarse , ya que no era miembros del Partido Acción Nacional y se impone como candidato de este partido y derrota al PRI, y a Cuauhtémoc Cárdenas en la elección del año 2000. Fox, como un candidato populista de derecha logrará imponerse a Francisco Labastida Ochoa secretario de Gobernación del gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León. Fox gana la elección con casi 16 millones de votos (42.52%), pero con una campaña que mediante el slogan “A Sacar el PRI de los Pinos” genera una amplia coalición de votantes que de la derecha hasta la izquierda se unen para lograr este objetivo de que el PRI dejara el poder, bajo la idea de que democracia todo cambiaría, ya que el PRI había no sólo impedido un régimen democrático, sino el desarrollo del país; empero algunos años antes el PRI no sólo era el partido con mayor cantidad de simpatizantes, como en términos de la intención de voto se encontraba también en primer lugar, sin embargo, era mayor la simpatía política que la intención de voto, ahora bien, como sabemos el PRI perdió las elecciones en el año 2000 y es probable que entre otros motivos una de las razones para esto fue, posiblemente la crisis económica que se dio al término del gobierno de Salinas de Gortari, uno de los presidentes de México que terminó su gobierno con altos niveles de popularidad.

Cuadro1¿Con cuál partido político simpatiza usted más?1998					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 PAN	244	20.3	20.3	20.3
	1 PRI	351	29.3	29.3	49.6
	3 PRD	161	13.4	13.4	63.0
	4 PT	14	1.2	1.2	64.2
	5 PVEM	31	2.6	2.6	66.8
	60 OTRO	2	.2	.2	66.9
	70 Ninguno	390	32.5	32.5	99.4

80 No sabe	7	.6	.6	100.0
Total	1200	100.0	100.0	















Fuente:Gea/ISA

Cuadro2.Si tuviera usted que votar en este momento para elegir Presidente de la República, ¿por cuál partido político votaría?1998

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 PAN	262	21.8	21.8	21.8
	1 PRI	317	26.4	26.4	48.3
	3 PRD	179	14.9	14.9	63.2
	4 PT	14	1.2	1.2	64.3
	5 PVEM	31	2.6	2.6	66.9
	60 OTRO	3	.3	.3	67.2
	70 Ninguno	130	10.8	10.8	78.0
	80 No sabe	257	21.4	21.4	99.4
	90 No votaria	7	.6	.6	100.0
	Total	1200	100.0	100.0	

Fuente: Gea/ISA

Cuadro 3. Resultados elección presidencial año 2000

Partido o Coalición	Candidato	Lema	Votos	Porcentaje
 Alianza por el Cambio [mostrar]	Vicente Fox Quesada ✓ Hecho	México YA, El cambio que a ti te conviene	15,989,636	 42.52 %
 Partido Revolucionario Institucional	Francisco Labastida Ochoa	Que el poder sirva a la GENTE	13,579,718	 36.11 %
 Alianza por México [mostrar]	Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano	Por México, a la victoria	6,256,780	 16.64 %
 Democracia Social	Gilberto Rincón Gallardo	Démosle una rosa a México, Vota diferente	592,381	 1.58 %
 Partido de Centro Democrático	Manuel Camacho Solís	Un solo México, ¡Defendamoslo!, Camacho Presidente	206,589	 0.55 %
 Partido Auténtico de la Revolución Mexicana	Porfirio Muñoz Ledo	Porfirio Sí Cumple	156,896	 0.42 %
 No registrados			31,461	 0.08 %

Fuente: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=elecciones+presidenciales+2000+mexico>

Cuadro3.PARTIDO CON EL QUE SIMPATIZA AÑO 2000					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PAN	422	35.2	35.2	35.2
	PVEM	15	1.3	1.3	36.4
	PRI	253	21.1	21.1	57.5
	PRD	164	13.7	13.7	71.2
	PT	3	.3	.3	71.4
	PAS	1	.1	.1	71.5
	PSN	1	.1	.1	71.6
	Ninguno	224	18.7	18.7	90.3
	No sabe	114	9.5	9.5	99.8
	Voto secreto	3	.3	.3	100.0
	Total	1200	100.0	100.0	

<http://invesoc.com/encuestasnacionales.php>

Cuadro4.VOTO CANDIDATO AÑO 2000.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	C. Cárdenas	158	13.2	13.2	13.2
	V. Fox	555	46.3	46.3	59.4
	F. Labastida	221	18.4	18.4	77.8
	Otro	22	1.8	1.8	79.7
	Ninguno	57	4.8	4.8	84.4
	No sabe	104	8.7	8.7	93.1
	Voto secreto	83	6.9	6.9	100.0
	Total	1200	100.0	100.0	

<http://invesoc.com/encuestasnacionales.php>

Así Fox va a lograr mediante una campaña agresiva, una mercadotecnia novedosa con frases célebres dirigidas al grueso de la población haciendo gala del uso de una vestimenta campirana, bajo la idea de que iba “acabar con las víboras prietas y las tepocatas” haciendo alusión a los priistas y su corrupción, buscando realizar un debate tanto con Labastida y Cuauhtémoc Cárdenas bajo el bordón de “Ya..Ya”. Como se puede ver por una de las últimas encuestas de la empresa GEA/ISA que lo colocaban con poco más de 46% en la intención de voto, si bien sólo obtuvo 42%, mientras que el PRI tenía 18% y logra poco más del 36%; empero, pierde la posición hegemónica que tenía frente al electorado , por lo tanto, a partir de la elección del año 2000 vamos encontrar candidatos que logran llamar la atención de grupos masivos de electores ya que llaman la atención por su imagen, discurso, propuestas, capacidad de retar a los demás oponentes logrando no sólo reforzar a sus electores, sino la conversión y la activación de los electores mediante la persuasión.

Esta situación la tendremos con López Obrador en el 2006, Peña Nieto en el 2012 y López Obrador en el 2018 y ahora Xóchilt Gálvez en el 2023 con posibilidades de que sea la candidata del Frente Amplio, la alianza entre PRI, PAN y PRD para la elección del 2024.

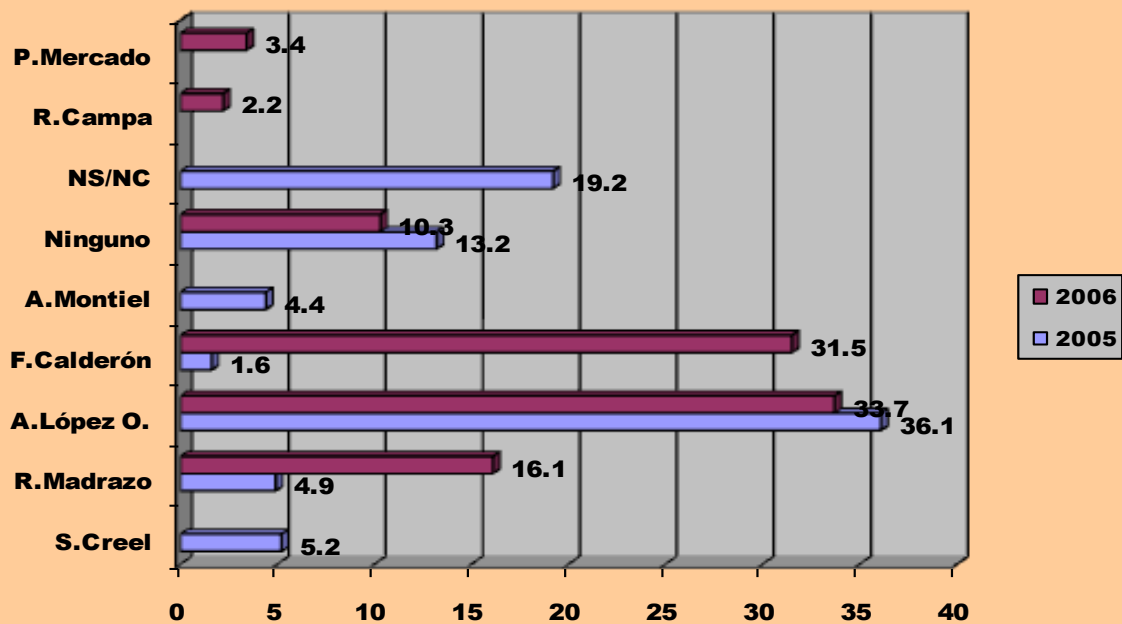
Cuadro 5. Resultados elección presidencial 2006

Partido/Alianza	Candidato	Lema	Votos	%
 Partido Acción Nacional	Felipe Calderón Hinojosa ✓ Hecho	Para que vivamos mejor, pasión por México	15,000,284	 35.89 %
 Coalición Por el Bien de Todos [mostrar]	Andrés Manuel López Obrador	Por el bien de todos, primero los pobres	14,756,350	 35.31 %
 Alianza por México [mostrar]	Roberto Madrazo Pintado	Mover a México para que las cosas se hagan Quién dice que no se puede	9,301,441	 22.26 %
 Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina	Patricia Mercado Castro	Palabra de mujer	1,128,850	 2.70 %
 Partido Nueva Alianza	Roberto Campa Cifrián	Uno de tres	401,804	 0.96 %
 Candidatos no registrados			297,989	 0.71 %
 Votos válidos			40,886,718	 100.00 %
 Nulos			904,604	 2.16 %
Total			41,791,322	 100.00 %

<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=elecciones+presidenciales+2006+mexico>

En el caso de la elección del año 2006, se observa que el resulta por primera vez coloca al PRI en la tercera posición una situación inusitada e inconcebible para un partido que había sido hegemónico y dominante y que muestra ya una situación que encontramos en el año 2000, pese a la simpatía política por un partido y aunque esta ya se encuentre menguante aún se encontraba en segundo lugar en la preferencia, lo que si bien puede significar que la simpatía política siga siendo fundamental, la imagen, simpatía, carisma de los candidatos ya es un factor fundamental como fue el caso de López Obrador en el 2006.

Gráfica I. México 2005-2006. Si hoy fueran realizarse elecciones para Presidente de la República. Por cuál de los siguientes candidatos votaría usted?



Fuente: del autor


Cuadro 6. Independientemente de por quién ha votado, ¿con qué partido se identifica usted más?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PAN	21862460	32.2	32.2	32.2
	PRI	16361593	24.1	24.1	56.3
	PRD	15694531	23.1	23.1	79.4
	PT	51288	.1	.1	79.5
	PVEM	318223	.5	.5	80.0

Convergencia	98070	.1	.1	80.1
Alternativa	178627	.3	.3	80.4
Nueva Alianza	240613	.4	.4	80.7
Otro /ninguno	8874377	13.1	13.1	93.8
No sabe	1157251	1.7	1.7	95.5
No dice	3044400	4.5	4.5	100.0
Total	67881432	100.0	100.0	

Fuente: Gea/ISA

Como se observan en las gráficas anteriores podemos observar que la intención de voto por López Obrador en el 2005 alcanza a 36.1%, mientras que la de Calderón es imperceptible, 1.6%; sin embargo un año después aún cuando López Obrador sigue al frente con 33.7%, hay un empate técnico con el candidato del PAN que llega a 31.5% y finalmente gana la presidencia, una de las múltiples explicaciones de esto hecho deriva de la campaña que se hiciera, entre otras cosas, en contra de López Obrador “López Obrador: Un Peligro para México”, muy probablemente derivado del hecho que López Obrador le hubiera dicho al presidente Fox “Cállese Chachalaca”. Como se puede establecer la campaña negativa que realizó el PAN en contra de la figura de López Obrador es uno de los elementos que se puede tomar en cuenta para explicar la derrota de este político.

<i>Framing visual</i>	<i>Framing verbal</i>		<i>Framing aural</i>
<i>Actantes color</i>	<i>Texto escrito</i>	<i>Texto oral</i>	<i>Música sonido</i>
	No Partido Acción Nacional	<i>López Obrador:</i> Cállese ciudadano presidente Cállate chachalaca. Eco: Cállate chachalaca <i>Voz narrador:</i> No a la intolerancia	Sonido del estallido de una bomba Acordes de música de terror Sonido del estallido de una bomba

Fuente: Chihu, 2014.



Fuente:[https://www.google.com/search?client=firefox-b-](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=spot+lopez+obrador+un+peligro+para+mexico#fpstate=ive&vld=cid:18a7d8ca,vid:gZnrM8Gel)

[d&q=spot+lopez+obrador+un+peligro+para+mexico#fpstate=ive&vld=cid:18a7d8ca,vid:gZnrM8Gel](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=spot+lopez+obrador+un+peligro+para+mexico#fpstate=ive&vld=cid:18a7d8ca,vid:gZnrM8Gel)

KA

Cuadro 7. Resultados elecciones presidenciales México 2012

	Compromiso por México		Enrique Peña Nieto	19,158,592	39.17 %
	Movimiento Progresista		Andrés Manuel López Obrador	15,848,827	32.41 %
	Partido Acción Nacional		Josefina Vázquez Mota	12,732,630	26.03 %
	Partido Nueva Alianza		Gabriel Quadri de la Torre	1,146,085	2.34 %

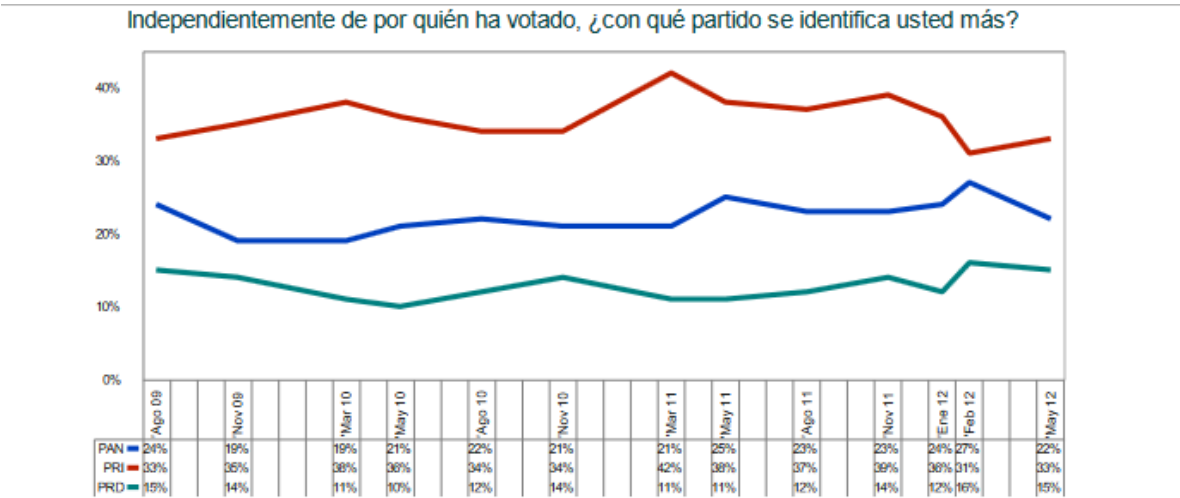
	Candidatos No Registrados	20,625	0.05 %
	Votos válidos	48,906,759	97.53 %
	Votos nulos	1,236,857	2.47 %
Total		50,143,616	100.00 %
Registrados/Participación		79,492,286	63.08 %

Fuente: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=elecciones+presidenciales+2012+mexico>

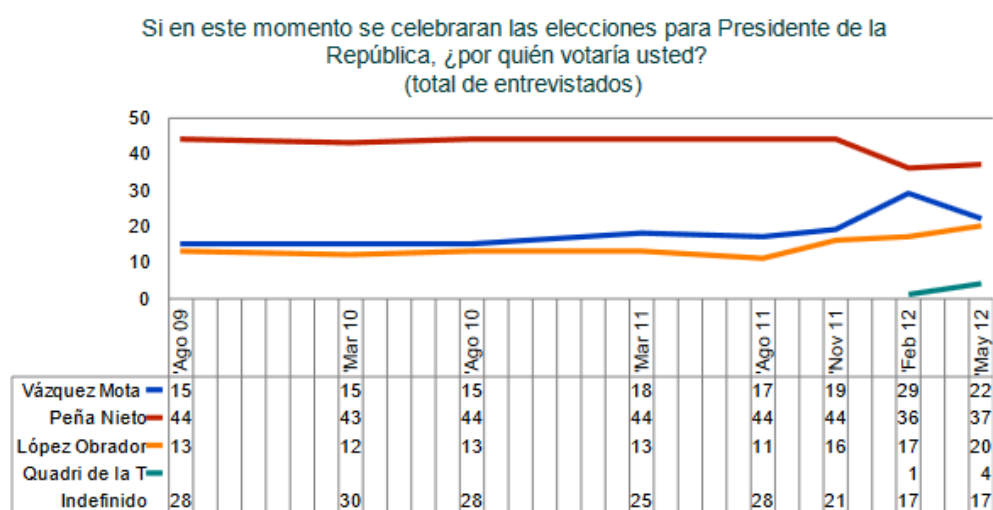
En el 2012 encontramos un fenómeno diferente al que vimos en el 2000 y en el 2006, esto es, el regreso del PRI como el partido con mayor nivel de simpatía entre los electores, desplazando tanto

al PAN como al PRD, lo que nos permitía pronosticar la victoria del PRI en aquella elección, de ahí que otra vez encontramos a la variable simpatía político partidaria como un factor importante para explicar la intención de voto, además de la imagen del candidato, ya que en aquella elección Peña Nieto tenía una imagen muy buena entre los electores, por lo tanto la combinación simpatía e imagen del candidato, como pronosticaba la escuela de Michigan es una buena modalidad explicativa del comportamiento de los electores.

Cuadro 8. ¿Partido con el cuál usted simpatiza?








Cuadro 9.¿ Por qué candidato votaría usted en las elecciones presidenciales?



Cuadro 10. Resultado elecciones presidenciales México 2018

Candidato		Partido	Coalición	Por partido		Por candidato	
				Votos	Porcentaje	Votos	Porcentaje
	Andrés Manuel López Obrador	 Morena	 Juntos haremos historia morena  Juntos Haremos Historia	25 186 577	 44.49 %	30 113 483	 54.71 %
		 Partido del Trabajo		3 396 805	 6.00 %		
		 Partido Encuentro Social		1 530 101	 2.70 %		
	Ricardo Anaya Cortés	 Partido Acción Nacional	 POR MÉXICO AL FRENTE Por México al Frente	9 996 514	 17.66 %	12 610 120	 22.91 %
		 Partido de la Revolución Democrática		1 602 715	 2.83 %		
		 Movimiento Ciudadano		1 010 891	 1.79 %		
	José Antonio Meade Kuribreña	 Partido Revolucionario Institucional	 Todos por México	7 677 180	 13.56 %	9 289 853	 16.88 %
		 Partido Verde Ecologista de México		1 051 480	 1.86 %		
		 Nueva Alianza		561 193	 0.99 %		
	Jaime Rodríguez Calderón	Candidato independiente				2 961 732	 5.38 %
	Margarita Zavala	Candidata independiente				32,743	 0.06 %
Candidatos no registrados						31,982	 0.06 %

Candidatos no registrados	31,982	 0.06 %
Votos válidos	55,039,913	 97.22 %
Votos nulos	1,571,114	 2.78 %
Total	56 611 027	 100.00 %
Registrados/Participación	89,250,881	 63.43 %
Fuente: Instituto Nacional Electoral. ^{269 270}		

Fuente: [https://www.google.com/search?client=firefox-b-](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=elecciones+presidenciales+2018+mexico)
[d&q=elecciones+presidenciales+2018+mexico](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=elecciones+presidenciales+2018+mexico)

Como se observa los resultados de la elección presidencial del 2012 muestra un resultado sorprendente con la victoria de López Obrador que obtiene 54% de los votos, es decir poco más de treinta millones de votos una cantidad jamás vista en las elecciones recientes en México desde que sus procesos electorales se han vuelto competitivas, ya con anterioridad sólo en el caso de José López Portillo en 1976 ganara la elección con 100% de los votos válidos ya que había sido candidato único, sin embargo aquella elección es anterior a esta competitiva.

Cuadro 11. Independientemente de por quién ha votado, ¿con qué partido se identifica usted más?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PAN	15601692	17.5	17.5	17.5
	PRI	16624262	18.6	18.6	36.0
	PRD	2084620	2.3	2.3	38.4
	PVEM	295465	.3	.3	38.7
	PT	360195	.4	.4	39.1
	Movimiento Ciudadano	947001	1.1	1.1	40.2
	Nueva Alianza	158102	.2	.2	40.4
	Morena	23677748	26.5	26.5	66.8
	Encuentro Social	568457	.6	.6	67.5
	Otro	309251	.3	.3	67.8
	Ninguno	25184297	28.2	28.2	96.0
	No sabe	892333	1.0	1.0	97.0
	No dice	2690538	3.0	3.0	100.0
	Total	89393959	100.0	100.0	

Fuente: Gea/ISA

Es posible que esta situación pueda ser explicada por medio de este cuadro en donde mostramos cómo en el 2012 la simpatía política por el PRI era de 33% y antes de las elecciones del 2018 llega a 18.6 una disminución de 14.4 %, mientras que Morena en

aquella elección no existía en el mapa electoral, ya que como partido político iniciar en el 2015 y en esta elección no obtiene más allá de 8% de los votos y como vemos ya para el 2018 su simpatía llega al 26.5%, esto es un cambio espectacular derivado de la figura de su principal activo político y creador López Obrador.

Cuadro 12. Si tuviera que votar en este momento para elegir Presidente de la República, ¿por cuál partido político votaría usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	PAN	17140165	19.2	19.2	19.2
	PRI	18277334	20.4	20.4	39.6
	PRD	2171038	2.4	2.4	42.0
	PVEM	208173	.2	.2	42.3
	PT	471678	.5	.5	42.8
	M. Ciudadano	801932	.9	.9	43.7
	Nueva Alianza	296717	.3	.3	44.0
	Morena	29138740	32.6	32.6	76.6
	Encuentro Social	736963	.8	.8	77.5
	Independiente	1608603	1.8	1.8	79.3
	Ninguno	11671521	13.1	13.1	92.3
	No sabe	3577298	4.0	4.0	96.3
	No dice	3293799	3.7	3.7	100.0
	Total	89393959	100.0	100.0	

Fuente: Gea/ISA

Ya en las elecciones del 2018 la intención de voto por el partido Morena estaba en poco más del 32%, es decir seis puntos arriba de la simpatía político partidaria por este partido, lo que significa que electores no simpatizantes por Morena planeaban votar por este partido político, tal fue al expectativa que generó su candidato con su imagen y la manera con qué convenció y persuadió a los electores.

Cuadro13¿Piensa usted que lo mejor para el país es que el PRI siga gobernando o cree que sería mejor que gobernara otro partido?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Que el PRI siga gobernando	18768352	21.0	21.0	21.0
	Que gobierne otro partido	65838098	73.6	73.6	94.6
	No sabe	4787508	5.4	5.4	100.0
	Total	89393959	100.0	100.0	

Fuente: Gea/ISA

Otro elemento importante es el rechazo de la población a que el PRI siguiera en el gobierno, pues prácticamente la mayor parte de los entrevistados (73.6%) de ellos piensa que este partido no debe mantenerse en el poder.

Cuadro14.Si en este momento se celebraran elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál de estos candidatos votaría usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ricardo Anaya Cortes	20310152	22.7	28.4	28.4
	José Antonio Meade	18842590	21.1	26.4	54.8
	Andrés Manuel López Obrador	31157689	34.9	43.6	98.4

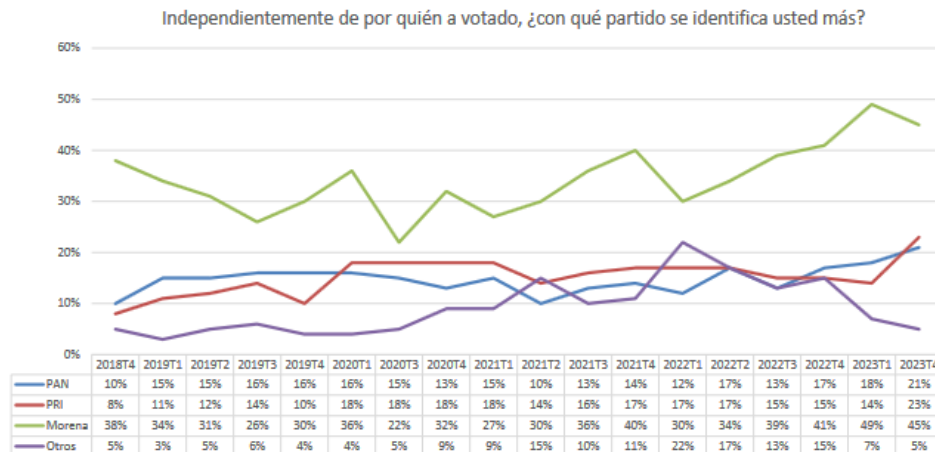
	Jaime Rodríguez Calderón "El Bronco"	1130444	1.3	1.6	100.0
	Total	71440876	79.9	100.0	
Perdidos	Voto inválido o no respuesta	17953083	20.1		
Total		89393959	100.0		

Fuente: Gea/ISA

Por lo tanto uno de los efectos del caudillismo y del carisma de López Obrador es que con relación a las encuestas de opinión vemos que este candidato no sólo que su partido en un corto periodo de tiempo logra un alta cantidad de simpatizantes, una alta intención de voto por el partido, pero una más alta intención de voto por su persona que implicó en el 2018 todo un fenómeno político, pese a que sus oponentes como es el caso de Ricardo Anaya tenía una intención de voto de más de 22%, situación que finalmente se verificó en la elección en el caso de Meade tenía una intención de voto de 21%, pero en la elección sólo obtiene 16%, lo que significa que entre la recolección de los datos de la encuesta y la celebración de las elecciones es posible que muchos posibles electores priistas fueron persuadidos (convertos) para votar por Morena y López Obrador.

Dicha situación se ha mantenido hasta ahora -2023- un año antes de la elección presidencial del 2024, ya que la simpatía política por Morena no ha hecho más que aumentar en estos años, pese al desgaste gubernamental, la población sigue fiel a Morena a López Obrador, pese a múltiples problemas, como es el caso de la seguridad, la economía entre otros problemas.

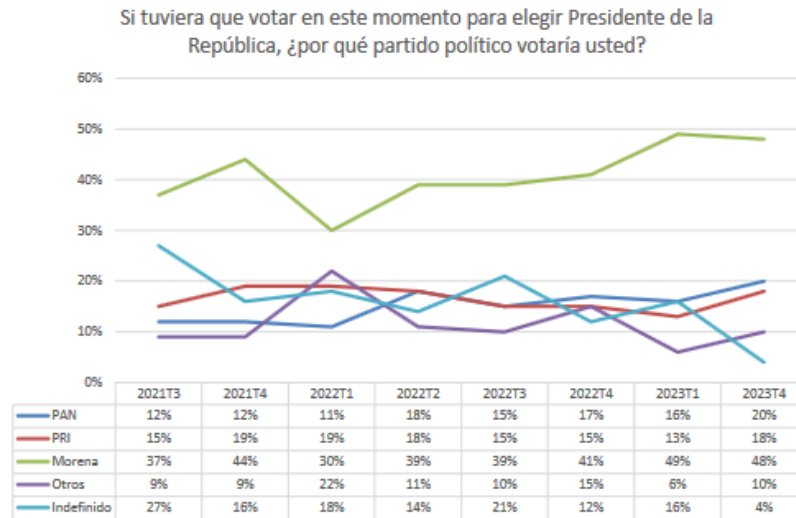
Cuadro 15. ¿Con qué partido se identifica usted más?



Fuente: Gea/ISA

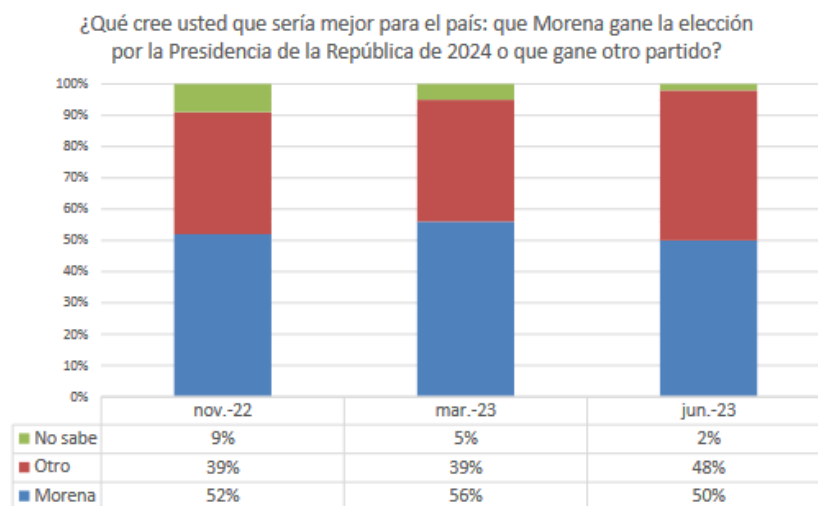
Pese a altibajos la simpatía político partidaria por Morena ha seguíd casi inalterable en los últimos años, desde el 2018 cuando este partido tenía 38% hasta el 2023 cuando llega a 48%, empero, tanto el PAN como el PRI han evolucionado en el gusto de los electores ya que en el 2018 el PAN tenía 10% y ha llegado a 21%, lo que significa una importante recuperación mientras que el PRI tenía 8% y en la actualidad ha llegado a 25%, lo que puede significar una recuperación de estos partidos frente a sus simpatizantes y posibles electores, lo que los colocaría en una situación de tener una mayor cantidad de simpatizantes, como aliados, qué Morena, pese a esto sería importante explicar tanto la caída como la recuperación en términos de simpatía de estos partidos.

Cuadro 16. Si tuviera que votar en este momento para elegir presidente de la República ¿por qué partido político votaría usted?



Como se ve en este cuadro Morena sigue siendo el partido político con más intención de voto, pues llega a 48%, esto es prácticamente con su voto duro puede ganar la elección del próximo año, esto es, con sus simpatizantes, mientras que el PAN y el PRI no son capaces de capitalizar el voto de la totalidad de sus simpatizantes, pues suman más simpatizantes que intención de voto, lo que puede significar que una parte de sus simpatizantes aún no se convencen de la posibilidad de votar por ellos.

Gráfica 2. ¿Qué cree usted que sería mejor para el país: que Morena gane la presidencia de la República en 2024 o que otro partido lo haga?

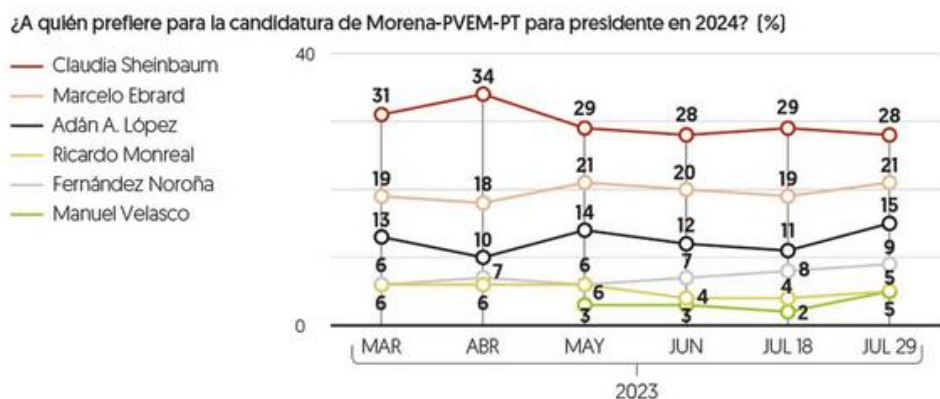


Como muestra la gráfica la mayoría de los electores sigue prefiriendo a Morena para qué gane las elecciones del 2024 y siga manteniendo la presidencia de la república y por consiguiente el poder, en este trabajo no podemos establecer las razones y motivaciones del electorado para este apoyo, probablemente los programas sociales son .los principales responsables de esta situación, pero como aquí hemos intentado mostrar cómo la combinación entre simpatía político electoral y la imagen sea de los candidatos y de los gobernantes hace posible la victoria de un partido político y es el caso de Morena y su principal activo el presidente López Obrador, como habíamos señalado en el año anterior a la elección presidencial del 2018, la simpatía por Morena era casi inexistente, sin embargo al aproximarse la elección se volvió el partido más importante, por lo tanto9 la fidelidad y la identidad político partidaria vista como un proceso que viene de años y que resulta una herencia de padres a hijos, en este proceso no se da ya que está determinada por la adhesión

de los electores mexicanos hacia una figura de un caudillo carismático (Krauze, 2023) el cual llena sus anhelos de justicia y de mejoras sociales.

De ahí que esto lo podemos encontrar en la intención de voto para la elección del 2024, ya que tanto la candidata del oficialismo, Claudia Sheinbaum y las demás “corcholatas” intentan lograr el beneplácito popular heredando sin éxito el carisma del gran elector.

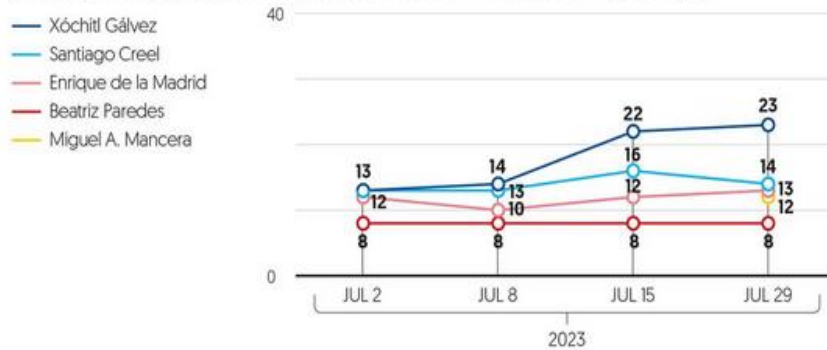
Gráfica 3. México. Intención de voto por candidato para presidencia de la República 2024, por la alianza Morena, PVEM, PT.



Fuente: El Financiero

Gráfica 4. México. Intención de voto para candidato presidencia de la república 2024, por la alianza PAN, PRI y PRD

¿A quién prefiere para la candidatura presidencial de la alianza PAN-PRI-PRD en 2024? [%]



Fuente: El Financiero

Ya en el caso de la oposición tenemos a la ya candidata de la oposición Xóchitl Gálvez que a diferencia de la posible candidata oficial es auténtica tiene carisma y por su comportamiento conecta con el sentir popular y si bien en las encuestas no logre ganar a los candidatos de Morena, les puede dar pelea.

RUMBO A 2024: ASPIRANTES PRESIDENCIALES

Careos presidenciales

Si los candidatos a presidente en 2024 fueran los siguientes, ¿por quién votaría usted? [%]



Fuente: El Financiero

Conclusiones

Después de este recorrido podemos concluir la fundamental importancia de la simpatía político partidaria y cómo sin ella, sin la adhesión de los electores y su fidelidad a un partido es imposible ganar una elección empero, se ve que los electores pueden modificar y cambiar el signo de esta adhesión, principalmente derivada de la importancia de otra variable la imagen de los candidatos y líderes políticos.

Bibliografía

- Aguilar López A. Identificación partidaria: Apuntes teóricos para su estudio, *Polis*, México.
- Campbell, A., Converse P., Miller W., Miller S., (1964), *The American Voter*, John Wiley and Sons, Nueva York
- Chihu A. (2016), La imagen de los candidatos presidenciales, UAM, Maporrúa, México.
- Krauze, E., (2023) "Viejo y nuevo carisma" *Periódico Reforma*, domingo 3 de septiembre de 2023.
- Lazarsfeld P. (1962), El Pueblo Elige, ediciones dos, Buenos Aires.
- Martínez I. F. (2008), ¿Por qué importan las campañas electorales?, CIS, Madrid
- Moreno A.et.all (2019) *El Viraje electoral*, Opinión Pública y voto en las elecciones de 2018, Cámara de Diputados, CESOP, ITAM, U.de Nebraska,
- Nimmo D., Savage R., (1976) Candidates and their Images, Good Year, Pacific Palisades.

