

Tipología de la identificación partidaria desde la identidad ideológica y el interés personal.

Mario Alejandro Carrillo Luvianos (UAM-X)

Jorge Trinidad Garcés García (UAM-X)

En esta conferencia analizaremos la formación y consolidación de vínculos ciudadanos desde los vínculos de la ciudadanía con los partidos políticos, para explorar las motivaciones que subyacen en sus preferencias y para hacerlo utilizaremos dos cuestionarios aplicados a nivel nacional en los años de 2012 y 2020.¹

Para llevar adelante este análisis partiremos del concepto de “identificación partidaria”, considerándola como un vínculo entre el ciudadano y un partido, debido a una identidad real o sentida entre los valores del individuo con los del partido y los intereses personales y de grupo que defienden.

La identificación partidaria cumple diferentes funciones dentro de la estructura valorativa de los individuos:

- 1.- Función de simplificación de la complejidad política: este mecanismo, siguiendo a Luhmann, sirve para reducir la incertidumbre que provoca el aumento de la complejidad social y política, proporcionando al individuo un marco confiable de interpretación del fenómeno político, así como “para evaluar candidatos y propuestas en tiempos electorales, a la vez que simplifica de manera eficiente el proceso de toma de decisiones.” (Del Castillo)
- 2.- “Función locativa: significa que la identidad permite a los agentes auto ubicarse y orientarse por referencia a las coordenadas del espacio social.” (Aguilar López) Establece una serie de estrategias de relación hacia los integrantes del espectro social y político, asignando identidades y diferencias, localizándolos en un espectro valorativo en donde en los límites extremos se encuentran por un lado los semejantes y en el otro los adversarios, con los que hay que actuar en consecuencia.
- 3.- Función operativa: asumiendo los riesgos de su toma de decisiones, selecciona un repertorio de acciones que marchen en consonancia con los lineamientos del instituto político al que se vincula, adecuados a sus posibilidades y al grado de su involucramiento. Acciones que pueden ir del simple acto de votar, a la militancia en las diferentes estructuras del partido.

¹ Encuesta Nacional sobre Cultura política y Prácticas Ciudadanas, ENCUP 2012, Secretaría de Gobernación y Encuesta Nacional de Cultura Cívica, ENCUCI 2020, INEGI.

La confluencia de estas funciones constituye en el individuo un mecanismo de acercamiento a la realidad política que lo orienta, lo sitúa y lo hace actuar en consecuencia, sin embargo, la estructura mental que conforma está sujeta a una serie de incidencias a través del tiempo y de las experiencias de los sujetos, que aportan elementos para ratificar o cuestionar esta estructura valorativa. La identificación partidaria fuerte, el voto duro, supera cualquier contingencia o estado del partido, sin embargo, fuera de esta postura radical existen otras que vinculan al individuo con el partido de muy diversas maneras.

La identificación de los ciudadanos con un partido, así como la fuerza de los vínculos que los unen dependerá de dos tipos de motivaciones que en la muy conocida terminología de Angelo Panebianco serían: los incentivos colectivos y los incentivos selectivos.

Los incentivos colectivos sirven para conseguir la vinculación de los miembros de un partido a través de su identificación con una serie de valores, principios, motivaciones emocionales, orientados a provocar lazos de lealtad o afecto, independientemente de las ventajas específicas que puedan obtener los miembros por su pertenencia.

El mecanismo del que se vale este tipo de incentivos es alimentar “sentimientos de legitimidad y sumisión, la aceptación de la existencia de un bien común que trascienda el bien particular de cualquier individuo o grupo, o profundos sentimientos de comunidad...” (Easton 171-172)

Panebianco distingue los diferentes tipos de incentivos colectivos: “incentivos de identidad (se participa porque existe una identificación con la organización), de solidaridad (se participa por razones de solidaridad con los demás participantes) e ideológicos (se participa porque existe una identificación con la causa de la organización).” (Panebianco, 39-41)

La autoidentificación con una porción del espectro político ideológico constituye parte de los incentivos colectivos de los que habla Panebianco, y que dan al individuo una sensación de pertenencia, de vinculación con una determinada posición y con los individuos e instancias que los asumen.

Los incentivos selectivos, por otro lado, se producen a resultas de los beneficios y ventajas específicas que los miembros experimentan como parte de su condición de tales. Representa o refleja la satisfacción que siente un miembro cuando advierte que sus demandas fueron atendidas. Los Incentivos selectivos, nos dice Panebianco son “beneficios que la organización distribuye solamente a algunos partícipes y de modo desigual” ...entre los que se encuentran: “los de poder, estatus, y los incentivos materiales”. (Panebianco, 39-41)

Identificación partidaria y tipos de incentivos, construcción empírica.

En el cuadro que se presenta a continuación se muestran los indicadores que utilizaremos en la construcción empírica de este inciso. Se pueden observar los cuatro indicadores que utilizaremos: Indicador de Preferencia Partidista (IPP); Indicador de posicionamiento Ideológico (IPI); Indicador de Incentivos Selectivos (IIS) y el Indicador de Incentivos Colectivos (IIC).

El Indicador de Preferencia Partidista será el eje articulador de los otros tres indicadores, que serán puntos de referencia para señalar la importancia de los diferentes incentivos para la vinculación de la ciudadanía con los partidos.

Identificación partidaria e incentivos

	2012	2020
Preferencia partidaria	P 60 partido identifica	P 7.13 partido simpatiza
Posicionamiento Ideológico	P 61 espectro identifica	Correlacionando las preguntas 6.7 y 6.9
Incentivos Selectivos	P 38 política contribuye a mejorar	P 6.10 beneficiario programas
Incentivos Colectivos	P 32 gobierno hace lo correcto	P 5.1-4 confianza servidores públicos

A) Indicador de Preferencia partidaria (IPP)

El indicador de Preferencia partidista es el eje articulador de los otros indicadores, muestra de manera objetiva las preferencias hacia los partidos en cada momento del análisis.

Este indicador se construyó tanto en el 2012 como en el 2020, con las frecuencias simples de lo que cada encuestado respondía, sin embargo, en cuestionario del 2001, solamente es incluida la pregunta de si simpatizaba con algún partido, sin mencionar alguno en específico.

Indicador de Preferencia partidaria (IPP)

	2012	2020
Preferencia partidista	P 60 partido identifica 1 PAN 2 PRI 3 PRD 4-8 Otro 9 ninguno 98 no se	P 7.13 partido simpatiza 01 PAN 02 PRI 03 PRD 07 MORENA 04-06 y 08 Otro 09 ninguno 99 no se

B) Indicador de Posicionamiento Ideológico (IPI)

Este indicador muestra en que parte del espectro político se localizan los entrevistados: derecha, centro, izquierda o no saben.

En este indicador encontramos solo en el cuestionario de 2012 una pregunta concreta sobre la localización de los entrevistados, sin embargo, en los cuestionarios del 2001 y 2020 tuvimos que construir su posicionamiento de manera indirecta a través de preguntas en donde se podía desprender el tipo de valores de los entrevistados, vinculados fundamentalmente a su posicionamiento sobre la preeminencia del Estado o del mercado para la conducción del país.

Indicador de Posicionamiento Ideológico (IPI)

	2012	2020
Posicionamiento Ideológico	P 61 espectro identifica 8,9,10 Derecha 1,2,3, Izquierda 4,5,6,7 Centro 98 y 99 no sabe	Correlacionando las preguntas 6.7 y 6.9, se codifican de la siguiente manera. Izquierda: 6.7/1 con 6.9/2 Centro: 6.7/1 con 6.9/1 o 6.7/2 con 6.9/2 o 6.7/3 con (6.9/1 o 6.9/2) Derecha: 6.7/2 con 6.9/1

C) Indicador de Incentivos Selectivos (IIS)

El Indicador de incentivos selectivos nos muestra la importancia que las ventajas específicas que brindan los partidos a los ciudadanos determinan su vinculación con ellos, esto puede suceder a través de remuneraciones directas hechas por el partido o por medio de políticas públicas impulsadas por ellos.

En la encuesta de 2012, la pregunta está formulada de manera genérica preguntando si los programas sociales contribuían al mejoramiento de la vida de los ciudadanos, en contraste con las preguntas de las encuestas de 2001 y 2020 en las que se pregunta directamente si ha sido o es beneficiario de algún programa social.

Indicador de Incentivos Selectivos (IIS)

	2012	2020
Incentivos selectivos	P 38 política contribuye mejorar 1 y 2 si apoyo específico 3 no apoyo específico 96 no sé	P 6.10 beneficiario programas 1 si apoyo específico 2 no apoyo específico 9 no sabe

D) Indicador de Incentivos Colectivos (IIC)

Este indicador complementa el Indicador de Posicionamiento ideológico, ya que ambos se refieren a cuestiones subjetivas, a opiniones, sobre la confiabilidad y el funcionamiento del gobierno, que motivan o no a los individuos a vincularse con el partido que en ese momento está en el poder.

Se han seleccionado tres preguntas en las diferentes encuestas en las que se les pide su opinión sobre el funcionamiento del gobierno y la confianza que les suscita.

Indicador de Incentivos Colectivos (IIC)

	2012	2020
Incentivos colectivos	P 32 gobierno hace lo correcto 1 y 2 Si apoyo difuso	P 5.1-4 confianza servidores públicos 07-10 Si apoyo difuso

	3,4 y 5 No apoyo difuso 98 No sabe	00-06 No apoyo difuso 99 No sabe
--	--	--

Tipos de Identificación Partidista

Finalmente, todos estos indicadores correlacionados nos muestran una tipología de los diferentes tipos que puede asumir la identificación partidista: Identificación Ideológica, Identificación Programática, Identificación Instrumental, Identificación Clientelar y ciudadanos Abúlicos.

En el cuadro que a continuación se presenta se hace un cruce: por un lado, se hace la correlación del partido político con el que se identifica con el espectro político al que dice pertenecer, que refleja la congruencia entre el espectro ideológico manifestado y el partido político con el que se identifica, resultado las denominaciones: alineado o desalineado; y por el otro, el de los incentivos colectivos o selectivos que reflejan cuál de los dos tipos de incentivos influyen en mayor medida sus preferencias.

Tipos de Identificación Partidista

(Por partido)	Incentivos colectivos	Incentivos selectivos	
Alineado	Identificación Ideológica	Identificación Programática	Identificación Crítica
Desalineado	Identificación Instrumental	Identificación Clientelar	Abúlicos

1.- La Identificación Ideológica, es aquella en la que coinciden el espectro ideológico en el que se sitúa el individuo con el partido de preferencia, y que coincide, además, con sus motivaciones localizadas en los incentivos colectivos.

2.- La Identificación Programática es aquella, que al igual que la anterior, el ciudadano se sitúa en el espectro ideológico en donde el partido de su preferencia se posiciona, pero las motivaciones que determinan su vinculación son del tipo de programas específicos con los que se siente identificado o que los benefician directamente.

3.- La Identificación Instrumental es aquella en que la identificación del individuo con el partido no coincide con el espectro ideológico, sin embargo, coincide de manera coyuntural, con los programas y propuestas que el partido sostiene en ese momento.

4.-La Identificación Clientelar nos habla de una desvinculación entre el espectro en que se sitúa el entrevistado y el partido de su preferencia, sin embargo, su apoyo se encuentra directamente vinculado a los beneficios personales que obtiene de su vinculación.

5.- Identificación Crítica: esta categoría es importante porque recoge a todos aquellos individuos que, aunque sienten una identidad con algún partido y se encuentran dentro del mismo espectro ideológico en que se localiza, no están satisfechos con sus posturas, su funcionamiento y no se sienten retribuidos de alguna manera.

6.- Abúlicos: aquí encontramos a los ciudadanos con menores índices de conocimiento de los partidos, que no cuentan con una preferencia partidista, están alejados de cualquier posicionamiento ideológico y no conocen o están de las acciones del gobierno.

Análisis de los tipos de Identificación Partidaria 2012 y 2020.

En esta parte analizaremos en los dos cuestionarios del 2012 y del 2020, el comportamiento de los 4 indicadores que señalamos antes, para posteriormente al correlacionarlos obtener los diferentes tipos de Identificación Partidista.

Por lo que respecta al Indicador de Preferencia Partidista (IPP) en el año de 2012, justo al final de los dos gobiernos panistas, nos encontramos con los resultados, presentados en el cuadro siguiente:

Indicador de Preferencia Partidista (2012)

Partido	%
PAN	15.7
PRI	33.7
PRD	13.5
Otro	3.7
Ninguno	31.1
No sabe	2.3

En contra de los que pudiera esperarse el panismo salió después de sus dos administraciones con una preferencia partidista muy baja, a diferencia del PRI que casi tiene el mismo porcentaje que

los otros dos partidos y que le permitió recuperar por última vez en su historia la presidencia de la República, mientras el PRD se localizaba en el tercer lugar.

Lo que es significativo de esta medición es el alto porcentaje de ciudadanos que no se hallaban identificado con ningún partido, casi un tercio de todos los encuestados.

Por lo que respecta al Indicador de Posicionamiento Ideológico (IPI), los resultados muestran las siguientes tendencias:

Indicador de Posicionamiento Ideológico (2012)

Espectro	%
Derecha	33.4
Centro	34.9
Izquierda	11.3
No sabe	20.4

En el espectro de Derecha es de notar que a contrapelo del bajo nivel de aceptación que el PAN obtiene, los entrevistados que declararon ser de este espectro ideológico se sitúan por arriba en más del doble de los declarados panistas. Lo que demuestra que un electorado potencial panista se les escabullía después de doce años de gobierno.

Los entrevistados declarados de centro se correlacionan bastante bien con los declarados priistas, e igualmente los que se declaran de izquierda con el partido de esa franja. Es de notar igualmente que una quinta parte de los encuestados no sabe situarse en el espectro ideológico o no quieren identificarse, y si correlacionamos a este segmento con los que respondieron que no se identificaban con ningún partido en el indicador anterior podemos suponer que en los que dijeron no estar identificados con ninguno, coexisten dos sectores: uno mayoritario con un 20.4% de abúlicos que no se identifican con ningún partido porque no saben y nos les interesa y otro, minoritario, con 10.7%, que no se identifican con ningún partido por una decisión de rechazo más consciente.

Siguiendo la estrategia metodológica que nos hemos propuesto, ahora corresponde ver la correlación existente entre el partido de identificación con el espectro al que dicen pertenecer. Aquí es importante señalar que a diferencia de los comentarios anteriores en los cuales hemos señalado

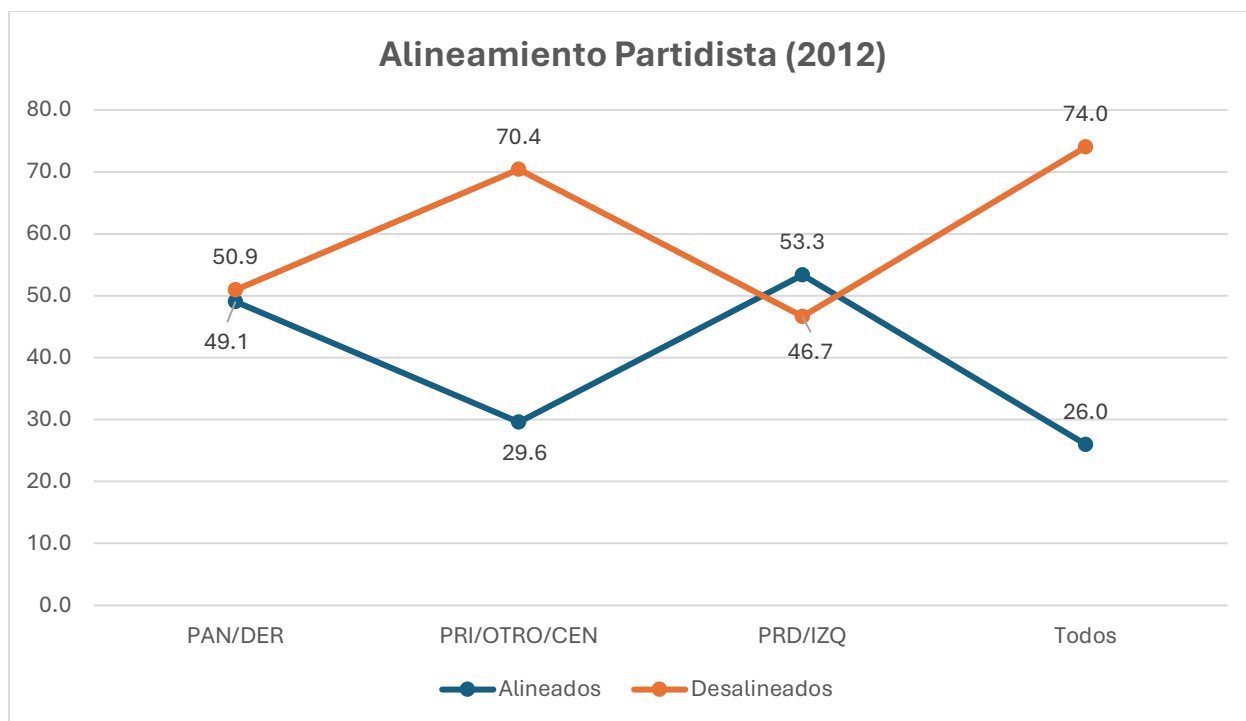
las diferencias entre uno y otro indicador en términos generales, en esta parte correlacionaremos exclusivamente los que se identifican con algún partido y su correspondencia con el espectro con el que el partido se identifica. El cuadro que se presenta a continuación nos puede dar una idea de que tanto la preferencia por un partido esta cimentada por una serie de valores que corresponden al espectro ideológico que dicen representar.

Alineados/Desalineados ((2012)

	Alineados	%	Desalineados	%	Total
PAN/DER	288	49.1	299	50.9	587
PRI/OTRO/CEN	415	29.6	986	70.4	1401
PRD/IZQ	271	53.3	237	46.7	508
INDECISOS			1254	100	1254
Total	974	26.0	2776	74.0	3750

Los agregados más generales nos dicen en primer lugar que en casi tres cuartas partes de la población la pertenencia a un partido político o la no pertenencia a ninguno, no tienen una ligazón ideológica, ni de valores, ya que en el 74% de los entrevistados no se encuentra una correlación entre el partido de su preferencia y el espectro al que dicen pertenecer o que no supieron identificar, lo cual muestra que las coordenadas que le sirven para fijar sus preferencias no se encuentran fundamentalmente en lo ideológico.

Como podemos ver en la gráfica siguiente, igualmente el espectro menos alineado es el del centro, en donde un poco más de tres cuartos de la población se encuentran en condición de disparidad entre el partido y el espectro, la fracción de ciudadanos que al final de la época panista dicen identificarse con el priismo y con otras alternativas se vinculan con esas instancias de representación por elementos más allá de los ideológicos, como lo veremos más adelante.



Por lo que se refiere a Acción Nacional y al Partido de la Revolución Democrática, más o menos se comportan de una manera similar, en donde tanto el alineamiento como el desalineamiento de sus respectivas bases identitarias se encuentra divididas casi en la misma proporción alrededor de la mitad para cada una. Podríamos suponer que el voto duro de ambos partidos se puede encontrar en la parte alineada.

Tipos de Identificación Partidista 2012.

Teniendo en consideración los anteriores resultados, ahora podemos pasar a tipificar a los distintos entrevistados de acuerdo a la tipología que ya antes señalamos, de acuerdo al partido de su preferencia, a su alineación o desalineación en un espectro ideológico particular, así como a los incentivos colectivos o selectivos que los motivan.

En un primer momento analizaremos la distribución de los porcentajes totales de los partidos en todos los tipos de identificación partidista. En el cuadro y la gráfica que a continuación se presentan podemos observar el porcentaje que a cada tipo de identificación le corresponde a cada partido.

Tipos de Identificación Partidista 2012 (todos los partidos)

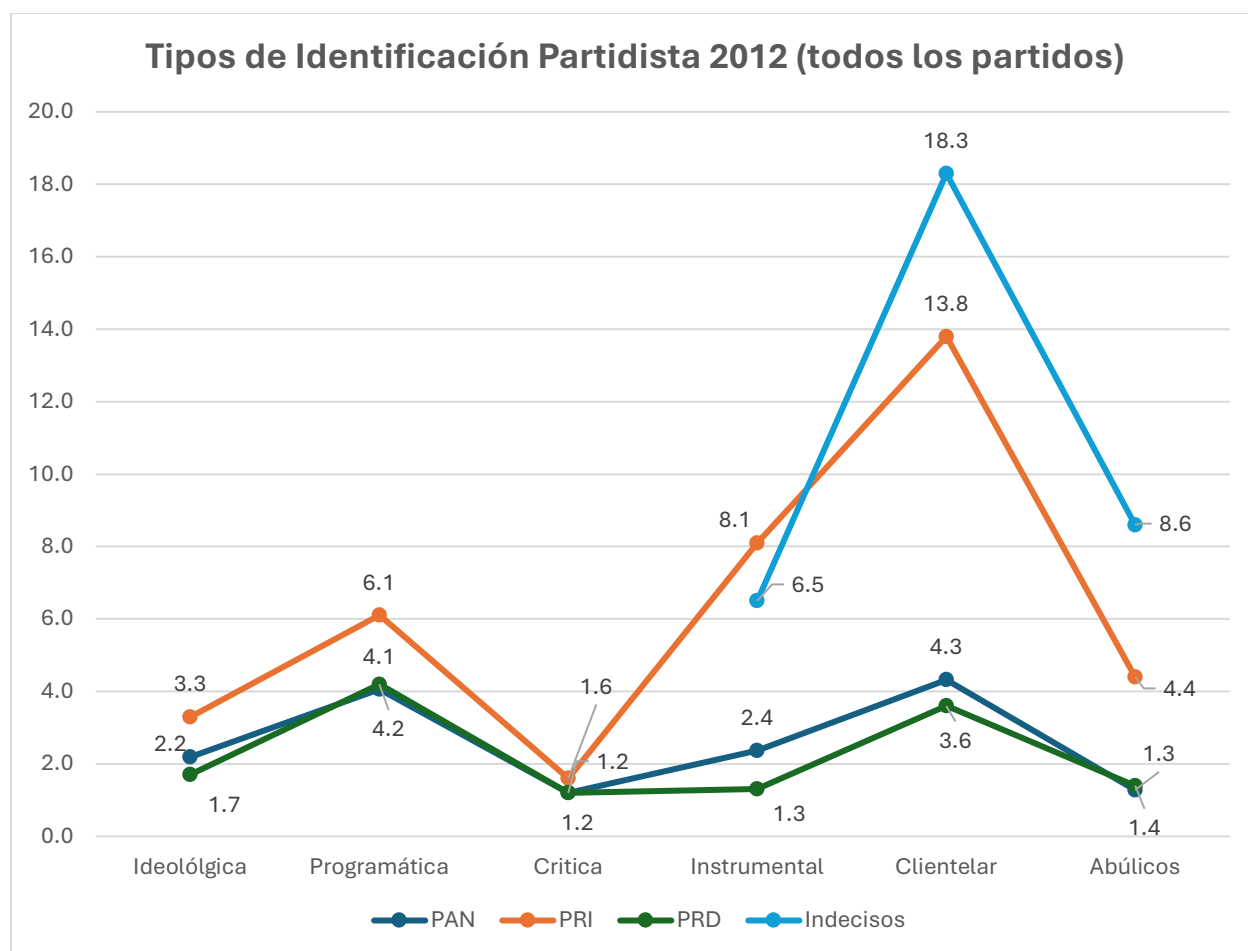
Identificación	PAN	PRI	PRD	Indecisos
Ideológica	2.2	3.3	1.7	
Programática	4.1	6.1	4.2	
Critica	1.2	1.6	1.2	
Instrumental	2.4	8.1	1.3	6.5
Clientelar	4.3	13.8	3.6	18.3
Abúlicos	1.3	4.4	1.4	8.6

Si observamos en conjunto el comportamiento de los partidos podemos señalar dos tendencias: una en la que se encuentran en PAN y el PRD y otra en la que está el PRI y los indecisos.

En la primera tendencia encontramos a los identificados tanto con el PAN como con el PRD distribuidos de manera muy proporcional entre todos los tipos, con diferencias que no pasan de 3 puntos (que se da entre la identificación programática y la identificación crítica de ambos partidos) y con puntajes relativamente bajos entre 4.2 y 1.2.

La Identificación Programática, en donde coinciden alineamiento y propuestas, parece ser el punto fuerte de estos dos partidos, pero además aunada a esta fortaleza, pero en las antípodas de ella, tenemos en la identificación clientelar, que es una identificación partidista oportunista, otro de sus puntos fuertes.

La identificación ideológica, en donde se encuentra el núcleo duro partidista, es en este año muy exiguo, al igual que los partidarios abúlicos que ni están conscientes del espectro al que pertenece su partido ni están enterados de su programa y propuestas.



La otra tendencia, más grande que la anterior, tiene concentrado en algunos tipos a la mayoría de sus integrantes: el PRI y los indecisos los concentran en la identificación instrumental, clientelar y en el grupo de los abúlicos. Siendo la identificación clientelar la que por mucho sirve de vínculo principal entre partido y ciudadanía, la esperanza de recibir algún beneficio a cambio de su apoyo funciona en ese momento muy bien.

El tipo de identificación ideológica en donde deberían estar los sectores más comprometidos con el partido tiene uno de los valores más bajos, y sin embargo por arriba de los manifiestos en los otros partidos.

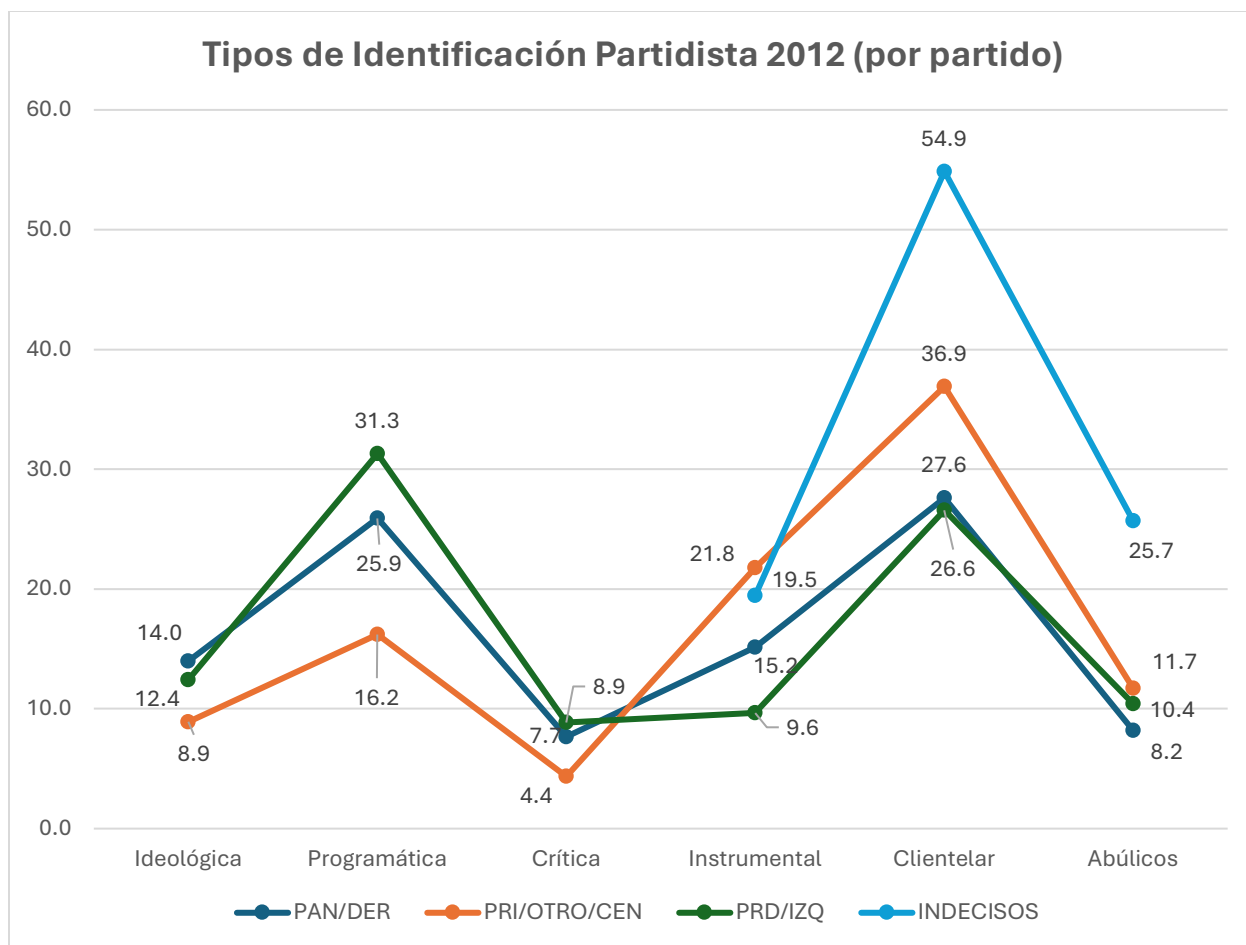
Si ahora desplazamos la mirada al interior de cada uno de los partidos para ver el peso específico de cada tipo de identificación, podemos ver en el cuadro siguiente en cada renglón el porcentaje que cada tipo tiene en comparación a los otros, para poder establecer la preeminencia de unos sobre otros.

Tipos de Identificación Partidista 2012 (por partido)

	Ideológica	Programática	Crítica	Instrumental	Clientelar	Abúlicos
PAN/DER	14.0	25.9	7.7	15.2	27.6	8.2
PRI/OTRO/CEN	8.9	16.2	4.4	21.8	36.9	11.7
PRD/IZQ	12.4	31.3	8.9	9.6	26.6	10.4
INDECISOS				19.5	54.9	25.7

Dentro de los simpatizantes del Partido Acción Nacional el predominio de dos tipos de vinculación partidista es clara, por un lado, la vinculación programática y por el otro la vinculación clientelar, ambas sumando 53.5 del porcentaje total divididas casi en partes iguales entre los dos tipos.

La parte programática, junto con la parte de la identificación ideológica (que por cierto es la mayor entre todos los demás partidos, 14%), podríamos considerarlos como los activos más estables de ese partido, que juntos sumarían casi el 30% de los apoyos. Mientras que el apoyo clientelar junto con los abúlicos sería la parte menos consistente de sus apoyos, que como lo demostraron en la elección de ese año muy pronto lo abandonarían.



Por lo que respecta al Partido Revolucionario Institucional las principales bases de su identificación estarían en dos tipos, Instrumental y Clientelar, en los que no coinciden sus identidades partidistas e ideológicas y que por consiguiente no reflejan un soporte identitario fuerte, sino más bien vinculado a la coyuntura.

Y como si fuera poco el tipo más predominante es el Clientelar, vinculado a las expectativas de recompensas personales y además acompañado por un porcentaje consistente de Abúlicos, que juntos con los otros dos tipos sobrepasan el 70% de integrantes, lo que hace que podamos considerar de una extrema fragilidad su identificación con el partido tricolor.

En cambio, los tipos de identificación partidista que consideramos productores de apoyos más reflexivos, más vinculados a valores compartidos, a la confianza y que por lo tanto pueden ser más permanentes, en este partido son muy bajos: la Identificación Ideológica es de 8.9% (la más baja de entre todos los partidos), y la programática de 16.2%, que juntas apenas sobrepasan un cuarto de sus integrantes.

El Partido de la Revolución Democrática por su parte, tiene al igual que el PAN, sus principales vínculos identitarios en la Identificación Programática y en la Clientelar, ambas suman casi el 58% de todos los integrantes.

La Identificación Programática es el soporte mayoritario con 31.3%, que junto con la identificación Ideológica que es de 12.4 puntos, suman un 43.7% de los afines al panismo, una considerable base de este partido de izquierda. Del lado contrario, por lo que se refiere a los apoyos más endeble nos encontramos con el 37% de los en ese momento perredistas, divididos en 26.6% de Identificación Clientelar y el 10.4 de Abúlicos.

Y finalmente vamos a encontrar en los indecisos la parte con un potencial de volatilidad más alto, más de la mitad se encuentra expectante a lo que se le pueda ofrecerles cualquiera de los partidos, ya que el 54.9 manifiestan una pulsión fundamentalmente centrada en intereses personales para definir su preferencia, y la otra parte, los Abúlicos, con 25.7%, sin una orientación ni interés particular pueden irse con cualquiera e incluso desentenderse de la vida política.

Tipos de Identificación Partidista 2020.

A continuación, replicaremos el mismo ejercicio del análisis de los datos de 2020, extraídos en un contexto muy diferente al de ocho años atrás, es decir después del final de la docena de años de los gobiernos panistas y la desilusión del último gobierno del PRI, y con MORENA ahora en el poder, empeñado en una constante, agresiva y cotidiana estrategia mediática.

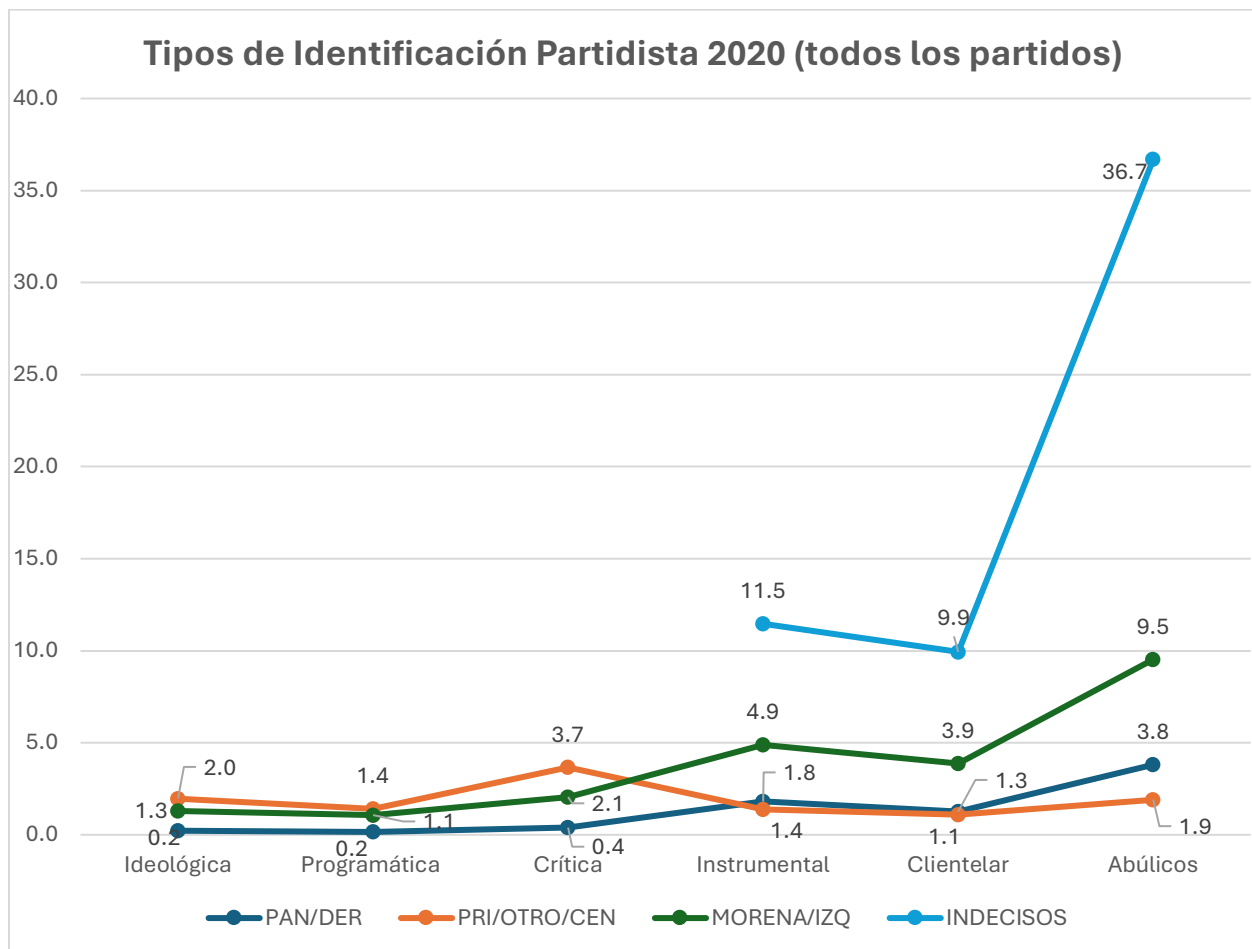
Pasando directamente al análisis de los Tipos de Identificación Partidista en el 2020 tipificaremos, como lo hicimos anteriormente, a los distintos entrevistados de acuerdo a la tipología que ya antes señalamos, de acuerdo al partido de su preferencia, a su alineación o desalineación en un espectro ideológico particular, así como a los incentivos colectivos o selectivos que los motivan.

A continuación, analizaremos la distribución de los porcentajes totales de los partidos en todos los tipos de identificación partidista. En el cuadro y la gráfica que a continuación se presentan podemos observar el porcentaje que a cada tipo de identificación le corresponde a cada partido.

Tipos de Identificación Partidista 2020 (todos los partidos)

	Ideológica	Programática	Crítica	Instrumental	Clientelar	Abúlicos
PAN/DER	0.2	0.2	0.4	1.8	1.3	3.8
PRI/OTRO/CEN	2.0	1.4	3.7	1.4	1.1	1.9
MORENA/IZQ	1.3	1.1	2.1	4.9	3.9	9.5
INDECISOS				11.5	9.9	36.7

A diferencia de las tendencias que observamos en el año de 2012, en esta medición vamos a ver a los tres partidos comportarse en términos generales casi de la misma manera, con una distribución muy uniforme entre los tipos, con diferencias extremas que van de 8.4 puntos en el PRD a 3.6 entre los puntos extremos de los otros dos partidos.



La parte más significativa tanto del PAN como de MORENA se concentra en dos tipos de identificación desalineada y por lo tanto menos consistente: en la Instrumental y en la de la

población abúlica. Destacando esta última en MORENA en donde obtiene el puntaje máximo dentro de ese partido, con 9.5 puntos.

La Identificación Ideológica y la Instrumental tienen porcentajes muy bajos que van del 0.2 al 2.1%. La identificación partidista de estos dos partidos pasa pues por los tipos menos identificados con valores y postulados y más por cálculos personales de interés propio o por desconocimiento e inercia.

Dentro del PRI, los tipos más significativos están del lado de los alineados, y son el ideológico y el crítico con apenas 5.7 de puntaje entre los dos. Los apoyos con los que contaba en la medición anterior relacionados con los tipos: instrumental, clientelar y abúlicos, ya le fueron arrebatados.

Finalmente, el sector de los indecisos se mueve principalmente por motivaciones clientelares, aunque también una buena proporción de este sector tiene un comportamiento errático e inercial.

Por último, es interesante señalar que más de la mitad de los entrevistados en el 2020, se encuentran en la tipología de abúlicos, lo que muestra un bajo nivel de identificación partidista de la ciudadanía.

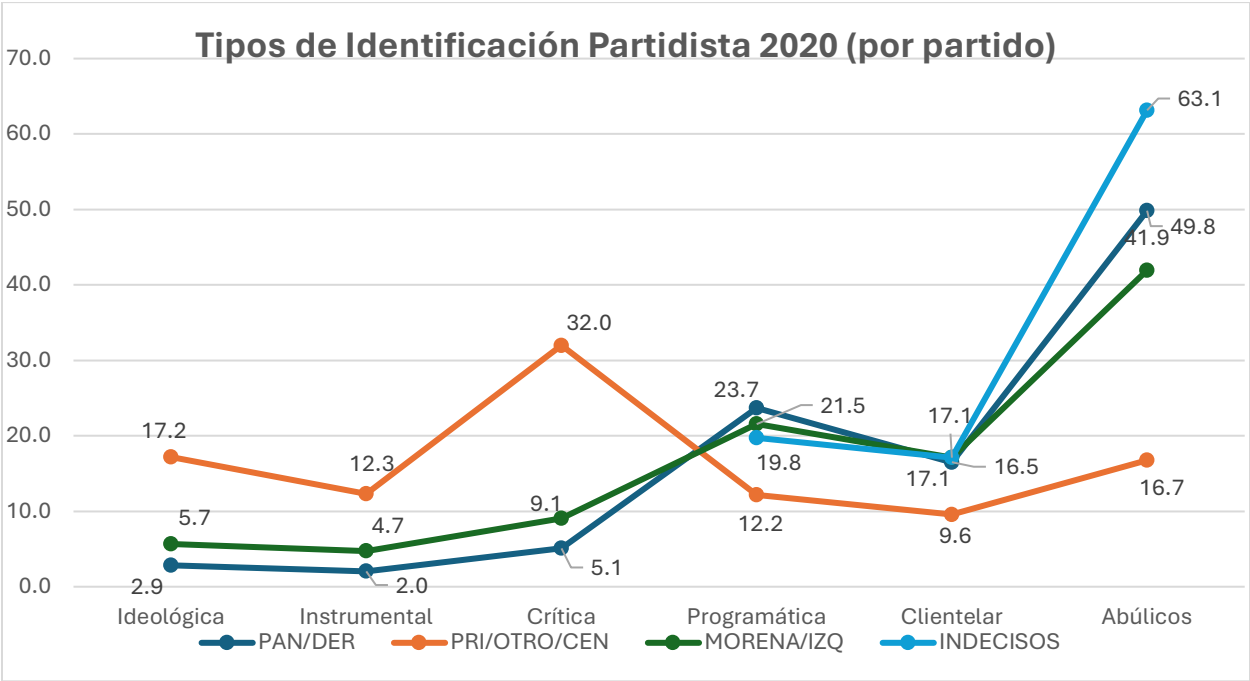
Ahora veremos en el interior de cada uno de los partidos el peso específico de cada tipo de identificación, lo cual podemos observar en el cuadro siguiente, en el que en cada renglón se presenta el porcentaje de cada tipo, en cada uno de los partidos lo que nos permite tener una visión del peso específico de cada tipo en cada uno de ellos.

Tipos de Identificación Partidista 2020 (por partido)

	Ideológica	Instrumental	Crítica	Programática	Clientelar	Abúlicos
PAN/DER	2.9	2.0	5.1	23.7	16.5	49.8
PRI/OTRO/CEN	17.2	12.3	32.0	12.2	9.6	16.7
MORENA/IZQ	5.7	4.7	9.1	21.5	17.1	41.9
INDECISOS				19.8	17.1	63.1

Por lo que se refiere a los afines al Partido Acción Nacional, el tipo dominante es el de los abúlicos con casi la mitad de sus integrantes, 49.9%, seguido por la Identificación Instrumental con el 23.7%, que si le sumamos además la identificación clientelar suman el 90% del total, lo que nos muestra un muy pobre panorama para los del blanquiazul, con la mayoría de sus integrantes dentro de tipos de identificación volátiles.

Además, dentro de los tipos alineados, el tipo con mayor porcentaje es el de la Identificación Crítica es decir que ciudadanos identificados con el partido y además situados en el espectro de la derecha no están satisfechos con su programa y no encuentran cobertura para sus intereses dentro de las acciones del partido.



En lo que se refiere al Partido Revolucionario Institucional, a contrapelo de lo que pudiera parecer, sus fortalezas se encuentran en dos tipos de identificación alineados, que suman entre ambos casi la mitad de sus afines, solo que de esos el 32% son Críticos que no obstante estar identificados con el partido y con la franja ideológica que representan, no están de acuerdo con su programa, ni con sus posturas, así que si descontamos esa franja y sumamos la franja de identificación programática, este partido tendría un apoyo real de casi un cuarto de sus afines, 25.5.

Los soportes de su fortaleza de hace ocho años que se encontraban en los tipos desalineados se han esfumado, reducido considerablemente, el apoyo clientelar, por ejemplo, se redujo al nivel más bajo de todos los tipos, con solo 9.6 puntos, mientras que en la medición anterior fue la más importante con 36.9%.

MORENA por su parte tiene sus fortalezas, al igual que Acción Nacional, en los tipos desalineados encontrando el mayor apoyo en los Abúlicos con 41.9 puntos, es decir la parte menos consciente, menos informada y más volátil es el núcleo fundamental de los identificados con MORENA, que

si además le sumamos a los otros dos tipos desalineados: 21.5, Instrumental y 17.1, clientelar, contamos con que MORENA, tiene 80.6% en ese tipo de apoyos.

Finalmente, y de la misma manera que en la encuesta del 2012, los indecisos, como lo señala además su mismo nombre, se encuentran localizados en la parte más volátil del espectro. En la totalidad de sus integrantes no tienen definido un partido específico ni se encuentran identificados con algún espectro ideológico, además de moverse fundamentalmente por cuestiones instrumentales, clientelares o por inercias motivadas por el desinterés y la apatía.