

La polarización política en la relación ideológica y afectiva de las clientelas electorales.

La idea central de la que parte esta ponencia es que las clientelas político-electorales se establecen y desarrollan a partir de cierta simpatía o identificación que los ciudadanos tienen con las diferentes fuerzas políticas. De tal suerte, entre los electores y partidos se desarrollan relaciones de adhesión, lealtad o pertenencia que pueden vincularse con el concepto de clientelismo político. Asimismo, existen diversas motivaciones del voto, entre las cuales se encuentra la relación de cercanía con el partido político y, con ello, una valoración positiva de sus liderazgos y una autoubicación en la escala izquierda-derecha; además, existen otro tipo de nexos que no resultan necesariamente de la afinidad ideológica, sino que se establecen a partir de una relación afectiva.

Con el desarrollo de nuestra investigación y en el interés por comprender mejor a los núcleos de apoyo, encontramos sutiles e interesantes diferencias al interior de quienes se inclinan por determinadas fuerzas políticas. Asumimos que no todos los simpatizantes de un partido son iguales, que no establecen los mismos nexos y que la relación puede tener contenidos ideológicos, pero también responder a meras conexiones de rasgos afectivos. Existen electores que pueden explicarse conscientemente qué es lo que los atrae de una fuerza política, por ello se autoubican claramente en la izquierda, en la derecha o en el centro, en simetría con los partidos políticos. No obstante, otros responden más bien a sentimientos y valores, que pueden estar relacionadas con emociones, con pasiones o con cierta animosidad.

Los partidarios de las diversas fuerzas asumen las posiciones de los partidos con los cuales se identifican o simpatizan, y las diferencias adquieren rasgos de polarización ideológica en la medida en que se muestran como posiciones temáticas progresistas o conservadoras. Se vuelve entonces necesario distinguir entre una polarización que resulta de las diferencias sobre las políticas que se debaten en la esfera pública y de la que se conoce como “polarización afectiva”, que es consecuencia de sentimientos encontrados, odios, amores y fobias que se producen en torno a las “megaidentidades” partidistas. Las primeras dependen de las creencias ideológicas y las segundas de identidades personales. Si bien pueden estar relacionadas, son diferentes en su naturaleza, se miden de forma desigual y

tienen consecuencias distintas. La cuestión es que la polarización afectiva, al ser diversa a la polarización ideológica, lleva a una creciente confrontación, descalificación de aquellos que se perciben como adversarios. Lo cierto es que este último tipo de polarización va ganando terreno en las sociedades occidentales.

Entonces vale preguntarse si muchos electores, igual que los militantes o adherentes de los partidos, son parte de la misma polarización al contar con una definición ideológica clara y con un vínculo sólido con las posiciones de los partidos. Sin embargo, encontramos otros electores que carecen de un vínculo político-ideológico y que sus mismas motivaciones para participar en política son en extremo pasivas. El concepto de polarización denota una distancia entre las posiciones temáticas de las y los partidarios de los distintos partidos. Para desarrollar nuestro análisis, recurrimos a tres encuestas de cultura y participación política en la Ciudad de México, en donde para el desarrollo de esta ponencia analizamos los vínculos ideológicos de los electores con los partidos, así como las características de sus motivaciones para ejercer el voto.