

COMISIÓN
ESTATAL
ELECTORAL
NUEVO LEÓN



TEXTURAS
· investigación ·

Investigación coordinada por:

José María Infante Bonfiglio

Carlos Javier Vázquez Ferrel

PERFILES

DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS 2021

PERFILES DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS
2021

PERFILES DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS 2021

Investigación coordinada por:

José María Infante Bonfiglio

Carlos Javier Vázquez Ferrel

COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL NUEVO LEÓN

Consejera Presidenta

Mtra. Beatriz Adriana Camacho Carrasco

Consejeras y Consejeros Electorales

Mtro. Luigui Villegas Alarcón

Lic. Rocío Rosiles Mejía

Mtro. Alfonso Roiz Elizondo

Mtro. Carlos Alberto Piña Loredó

Lic. Martha Magdalena Martínez Garza

Lic. María Guadalupe Téllez Pérez

Secretario Ejecutivo

Lic. Héctor García Marroquín

PERFILES DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS 2021

© Comisión Estatal Electoral Nuevo León

5 de Mayo 975, oriente, Col. Centro,

C. P. 64000, Monterrey, Nuevo León, México

81 1233 1515 y 800 CEENLMX (2336569)

© Autoría: José María Infante Bonfiglio, Carlos Javier Vázquez Ferrel, Juan Carlos Montero Bagatella, Luis Eduardo León Ganatios, José Juan Cervantes Niño, Viviana Díaz Urrea, Azucena Rojas Parra, Alejandro Díaz Domínguez, Karola García Alvarado, Juan Mario Solís Delgadillo, Eduardo Peredo Gómez, Felipe Alfonso Méndez Romo, Luis Antonio González Tule, Marcela Ávila-Eggleton, Ana Claudia Coutigno Ramírez y Víctor Alejandro Espinoza Valle.

ISBN: 978-607-7895-73-2

ISBN (versión electrónica): 978-607-7895-74-9

Editado e impreso en México, 2022

Ejemplar de distribución gratuita, prohibida su venta.

Los juicios y afirmaciones expresados en esta publicación son responsabilidad de las y los autores, y la Comisión Estatal Electoral no los comparte necesariamente. Los artículos de esta investigación, para ser publicados, fueron arbitrados y avalados por el sistema de pares académicos, bajo la modalidad de doble ciego.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

<i>Beatriz Adriana Camacho Carrasco</i>	13
---	----

PRESENTACIÓN

<i>José María Infante Bonfiglio</i>	15
---	----

INTRODUCCIÓN

<i>Carlos Javier Vázquez Ferrel</i>	19
---	----

I. VOTOS Y ELECCIONES

EL ELECTOR NUEVOLEONÉS

<i>José María Infante Bonfiglio</i>	27
Referencias	51

VOTO NUEVOLEONÉS EN PERSPECTIVA: CONTINUIDADES Y RUPTURAS

<i>Juan Carlos Montero Bagatella</i>	53
Introducción	53
Estructuración, desestructuración y proceso de cambio en los sistemas de partidos	55
Continuidades y rupturas en el sistema de partidos	59
Perfil del electorado nuevoleonés: ¿cómo se decide por quién votar?	65
Consideraciones finales: ¿cómo vota el electorado nuevoleonés?	74
Referencias.....	79

VOTO IDEOLÓGICO Y TEMÁTICO EN EL VOTANTE NUEVOLEONÉS EN LAS ELECCIONES INTERMEDIAS DE 2021

<i>Luis Eduardo León Ganatios</i>	85
---	----

Marco teórico-metodológico	86
El sistema de partidos y perfil ideológico del votante nuevoleonés	87
Votos por partido: Congreso Local y Ayuntamientos	92
Votos por candidatos: la elección a Gobernador	95
Conclusiones	106
Referencias	110

TRABAJO Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN LAS ELECCIONES
DE NUEVO LEÓN 2021: IMPLICACIONES EN LA CONSOLIDACIÓN
DE LA DEMOCRACIA

<i>José Juan Cervantes Niño</i>	113
Introducción	113
La democracia y la participación política: resultados, análisis y explicaciones de las percepciones y determinantes	118
Percepciones de la democracia y sus implicaciones en la participación ciudadana	119
<i>Democracia y los determinantes de la participación ciudadana: sufragio, razones, percepción y abstención</i>	122
Conclusiones: determinantes para el voto y los tipos de ocupaciones	131
Referencias	134

II. REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿REDES SOCIALES VS. MEDIOS TRADICIONALES? LA “BRECHA
DIGITAL” A LA LUZ DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN POLÍTICA:
UNA APROXIMACIÓN A SUS EFECTOS POLÍTICOS Y ACTITUDINALES
EN NUEVO LEÓN

<i>Carlos Javier Vázquez Ferrel y Viviana Díaz Urrea</i>	141
Introducción	141
Marco teórico	143

La creciente relevancia de las plataformas digitales: las redes sociales	147
Los usuarios de internet y redes sociales en Nuevo León: estudios y contexto mexicano	149
<i>Los estudios sobre los usuarios nuevoleonenses de las redes sociales en su relación con algunos aspectos políticos</i>	151
Análisis sobre las brechas digitales en Nuevo León: algunos de sus efectos políticos y actitudinales	154
Consideraciones finales	164
Referencias	166

LA DIVERSIDAD EN EL USO DE MEDIOS PARA INFORMARSE DE POLÍTICA
DE LAS Y LOS ELECTORES DE NUEVO LEÓN

<i>Azucena Rojas Parra</i>	169
Introducción	169
Revisión teórica sobre la influencia del contexto mediático como elemento para las decisiones políticas de las y los electores	171
Análisis de patrones de consumo de información política en las y los electores de Nuevo León	176
El consumo de los medios de comunicación para informarse de política, ¿es igual o diferente para las y los ciudadanos?	182
Conclusiones	195
Referencias	197

INSTAGRAM Y FACEBOOK EN NUEVO LEÓN. INFORMACIÓN POLÍTICA
Y SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS

<i>Alejandro Díaz Domínguez y Karola García Alvarado</i>	201
Introducción	201
Un marco teórico mínimo	207
Hipótesis, datos y modelos	209
Resultados	214

Conclusiones	228
Referencias	232

III. CIUDADANÍA, VALORES Y RELACIONES CON LOS PARTIDOS POLÍTICOS

VALORES E IDEOLOGÍAS RELIGIOSAS EN EL ELECTORADO NUEVOLEONÉS

<i>José María Infante Bonfiglio</i>	239
Referencias	245

CANDIDATURAS INDEPENDIENTES EN NUEVO LEÓN:

UNA CUESTIÓN DE ESTATUS ECONÓMICO

<i>Juan Mario Solís Delgadillo, Eduardo Peredo Gómez,</i> <i>y Felipe Alfonso Méndez Romo</i>	247
Introducción	247
Candidaturas independientes: un concepto dividido	249
Las candidaturas independientes en Nuevo León: un vistazo descriptivo y cualitativo	252
Opiniones y percepciones ciudadanas sobre las candidaturas independientes	256
Las candidaturas independientes como una cuestión de estatus socioeconómico	260
Conclusiones	267
Referencias	269

COMPRA DE VOTO EN NUEVO LEÓN: PERFIL DEL ELECTOR, BIENES DE INTERCAMBIO Y EFECTIVIDAD DE LA PREBENDA

<i>Luis Antonio González Tule</i>	271
Introducción	271
Momento y <i>target</i> de la compra de voto: revisión de la literatura	273
¿Cuándo surge la compra del voto?	273
Target de la compra del voto	274

El estudio del <i>target</i> de la compra de voto en México	278
Compra de voto en Nuevo León	281
<i>Magnitud, bienes de intercambio, efectividad</i>	282
<i>Perfil del elector en la compra de voto en Nuevo León</i>	288
Reflexiones finales	292
Referencias	294

VOTANTES SOFISTICADOS Y VOTO DIVIDIDO. EL COMPORTAMIENTO
ELECTORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA EXPLICAR LA CULTURA
POLÍTICA EN NUEVO LEÓN

<i>Marcela Ávila-Eggleton</i>	299
Introducción	299
Votos y votantes. Nuevo León 1997-2021	301
2015-2021. Dos procesos, una tendencia	306
Radiografía del electorado nuevoleonés	309
Consideraciones finales	321
Referencias	325

VOTO CRUZADO 2021: PARTICIPACIÓN ELECTORAL,
CULTURA POLÍTICA Y GOBIERNOS DIVIDIDOS EN NUEVO LEÓN

<i>Ana Claudia Coutigno Ramírez y Víctor Alejandro Espinoza Valle</i>	329
Introducción	329
Participación y votos en Nuevo León	333
<i>Voto cruzado y gobiernos divididos</i>	340
<i>El voto cruzado en los distritos</i>	343
La perspectiva del electorado nuevoleonés, 2021	350
Conclusiones	364
Referencias	367

ANEXOS	369
--------------	-----

BIOGRAFÍAS	393
------------------	-----

AGRADECIMIENTOS

La Comisión Estatal Electoral refrenda su compromiso con la generación de conocimiento sobre la vida sociopolítica del estado de Nuevo León. Así lo demuestran los esfuerzos encaminados a consolidar proyectos de investigación que formaron parte de la Estrategia de Educación Cívica y Participación Ciudadana 2016-2021, entre estos están *Desafección política en Nuevo León, Perfiles del electorado nuevoleonés, Primera Legislatura paritaria de Nuevo León. Experiencias y reflexiones* y *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021*, el cual hoy tienes en tus manos. Estos títulos, pertenecientes a la colección Texturas, solo han sido posibles gracias al esfuerzo coordinado con las más importantes instituciones de educación superior del estado.

En ese sentido, esta ocasión queremos agradecer a los coordinadores de esta obra: los doctores Carlos Javier Vázquez Ferrel y José María Infante Bonfiglio, quienes por parte del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y de la Universidad Autónoma de Nuevo León, respectivamente, hicieron posible el desarrollo de este libro que hace un registro de la situación del electorado en Nuevo León ante las elecciones de 2021, en las que se disputaron la Gubernatura, Ayuntamientos y Diputaciones Locales y Federales.

Cabe mencionar que en este proceso electoral se registró la alternancia del Ejecutivo estatal posterior a la experiencia del candidato independiente, con telecomunicaciones que ampliaron su presencia en el ámbito político y en un momento en el cual se presentaron por primera vez en el estado acciones afirmativas en favor de comunidades indígenas, personas con discapacidad y personas de la diversidad sexual. Todo lo anterior durante el segundo año de contingencia sanitaria a causa del COVID-19.

Sabemos que la investigación en materia de cultura política en Nuevo León constituye un importante insumo para orientar acciones que son tarea de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León y, en ese sentido, se reconoce la relevancia de la colaboración del ámbito académico para contar con información oportuna, relevante y rigurosa. Para estos fines se consolidaron alianzas estratégicas con la academia, cuya misión es contribuir a la difusión, el estudio y la investigación de la participación ciudadana en el ámbito local.

De este modo se revalida el compromiso de la CEE con el fortalecimiento de espacios académicos de reflexión, en los que se fomente la pluralidad y la cultura democrática en favor de la democracia de nuestra región.

*Mtra. Beatriz Adriana Camacho Carrasco
Consejera Presidenta
Comisión Estatal Electoral Nuevo León*

PRESENTACIÓN

José María Infante Bonfiglio

El texto que se muestra a continuación es la continuidad de un proyecto iniciado hace ya varios años como parte de un conjunto de estudios impulsados por la Comisión Estatal Electoral con el objetivo de analizar quién o quiénes son los votantes de Nuevo León y tratar de bosquejar un posible perfil sociopolítico de sus rasgos fundamentales.

El primero de estos estudios se publicó en octubre de 2009 y fue el resultado del trabajo de varios investigadores y académicos de las universidades de Nuevo León. En otras latitudes, los estudios electorales se han desarrollado desde la Segunda Guerra Mundial y se pueden confrontar las diferencias y las condiciones de esos estudios. Un fenómeno que ya no puede darse de la misma forma generalizada es la recolección de datos mediante encuesta domiciliaria. No solo por los costos sino por las dificultades para encontrar a los ciudadanos en su domicilio o porque los teléfonos domiciliarios son cada vez más escasos. Las costumbres han cambiado de tal manera que el ciudadano que regresaba a su casa desde su trabajo y allí se quedaba hasta el día siguiente ya no existe. Las actividades de ocio comprenden muchas más horas y toman más tiempo fuera de casa que antaño; es difícil encontrar a los ciudadanos en sus viviendas

llevando una vida regular. De manera especial en los jóvenes, debe recurrirse a otras técnicas para conseguir sus opiniones y puntos de vista. Sin embargo, en este estudio hemos insistido en la encuesta domiciliaria como fuente primaria de datos. Esto hace que las comparaciones deban tomarse con precaución y atender a las múltiples disparidades tanto en los datos mismos como en sus diferencias.

En el mundo, uno de los primeros estudios sobre el votante fue un trabajo desarrollado en el condado de Eire, Ohio, Estados Unidos, en la década de los años cuarenta del siglo pasado, por un equipo dirigido por Paul Lazarsfeld y con quien colaboraron como asistentes principales Bernard Berelson y Hazel Gaudet. Paul Lazarsfeld había nacido en Viena el 13 de abril de 1901 y en 1929 fundó el Instituto de Investigación Aplicada de Psicología Social en la Universidad de Viena, Austria, y de la cual debió emigrar perseguido por los nazis en 1933. Trabajó en Princeton y en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Michigan en Estados Unidos.

El estudio *The People Choice* apareció en español en 1962 con el título *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial* y fue publicado con el sello de Ediciones 3 de Buenos Aires. Un total de 600 encuestados fueron entrevistados una vez por mes en el lapso de siete meses consecutivos. Las conclusiones principales de este estudio fueron que los votantes tendían a votar invariablemente al mismo partido y que apoyaban mayoritariamente a aquella formación política que era la preferida por sus familiares. Estas dos conclusiones invalidan la transferencia a cualquier estudio actual, ya que ninguna de ellas es aplicable a los análisis de la actualidad, y marcan al mismo tiempo las diferencias entre los votantes estadounidenses de hace ochenta años y los de nuestra época. Asimismo, también las técnicas de recolección de datos y de análisis han cambiado. En 1940 no existían las computadoras y debíamos usar unas «máquinas» que trabajaban con tarjetas perforadas de 12 hileras y 80 columnas que iban acomodando esas tarjetas en unas

«cajas» que contaban el número de tarjetas de cada compartimento; lo máximo que permitía esta técnica era producir datos en dos dimensiones o variables y por tanto sumamente limitada. Los programas de procesamiento como SPSS (Social Package for Social Sciences) son de principios de la década de los ochenta del siglo pasado y no han evolucionado mucho desde su presentación original: en todo caso, las sofisticadas presentaciones de paquetes estadísticos poco aportan para un análisis más profundo.

La técnica de recolección de datos mediante entrevista, a su vez, no ha tenido cambios en todo el siglo pasado. En el caso de Nuevo León, los estudios sobre electores se realizaron como resultado de las actividades de grupos políticos que actuaron en forma muy reservada y sin interés por presentar sus datos al público en general. En la década de los años noventa, un partido político opositor contrató a una agencia estadounidense para efectuar un estudio sobre las preferencias electorales de los nuevoleonenses; enterados los organismos policiales de la Secretaría de Gobernación de esta actividad se les aplicó el artículo 33 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual en ese momento contaba con una redacción mucho más restrictiva (la actual responde a la reforma de junio de 2011) y no estaba reglamentado, lo cual otorgaba al Ejecutivo federal una atribución totalmente arbitraria para su interpretación y aplicación. El crecimiento de la oposición y su ampliación entre los electores, unido a los controles sobre las diferentes técnicas de control de votos, permitieron afinar las cifras con apego a la realidad. Los resultados publicados, al menos en las grandes aglomeraciones urbanas, fueron aceptados con pocas discusiones, aun cuando el fantasma del fraude siguió actuando en el imaginario popular.

Muchas instituciones nacionales y extranjeras impulsaron sus propios estudios; algunas, no exentas de distorsiones en función de intereses no claramente expresados, otras, apegadas a una virtud ética

que colocan las necesidades de un saber de excelencia y superioridad por encima de otras argumentaciones y motivos.

La Comisión Estatal Electoral Nuevo León ha querido sumarse a este empeño colectivo y a continuación se presenta una pequeña aportación a esa tarea. Las ideas y conceptos pertenecen a sus autores, quienes presentan sus propios nombres y no pueden atribuirse a ninguna posición oficial del Gobierno o institución del estado de Nuevo León.

INTRODUCCIÓN

Carlos Javier Vázquez Ferrel

En los últimos años se ha venido ampliando la gama de factores que pudieran contribuir a explicar las preferencias electorales de los votantes. Entre ellos destacan, por mencionar algunos temas relevantes, el anquilosamiento de los sistemas de partidos tradicionales, la fuerte irrupción de las nuevas tecnologías como poderosas herramientas de comunicación política, una mayor equidad en el género respecto a la competencia política-electoral, y que se suman a los temas clásicos en la literatura en ciencia política especializada en votaciones y que no pierden relevancia. La encuesta auspiciada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León, aplicada en el año 2021, aporta información sumamente valiosa para los estudiosos, profesionales en los análisis de opinión pública, tomadores de decisiones y al público en general, quienes quisiera explorar las interrelaciones de toda esta gama de factores.

En el presente libro son abordadas tan solo algunas de las razones sustantivas relacionadas con las motivaciones que guían la actuación del elector, específicamente en el contexto de las elecciones del año 2021 en el estado de Nuevo León, México. Para ello, el libro se organiza en tres grandes apartados: Votos y elecciones; Redes sociales

y medios de comunicación; así como Ciudadanía, valores y relaciones con los partidos políticos.

El primer apartado —Votos y elecciones— consta de cuatro artículos. Montero Bagatella identifica los elementos que determinan el voto de los nuevoleonés y cómo este voto conlleva efectos en la estabilidad y cambio en el sistema de partidos en la entidad. En su texto, el autor responde a la pregunta: ¿qué ha llevado al electorado nuevoleonés a votar en favor de alternativas políticas específicas, y cómo esta decisión ha reconfigurado el sistema de partidos y los equilibrios de poder en el estado? Los factores relevantes en determinar el sentido del voto revelados por el autor son los siguientes: la capacidad de atracción por parte de los candidatos, la identificación partidaria y el hecho de que las elecciones en Nuevo León sean coincidentes con las federales, ya que estas a su vez generarían efectos de «arrastre» en favor o en contra de determinados partidos políticos en las votaciones del estado.

Por su parte, el doctor León Ganatios analiza el triunfo electoral de la Gubernatura del estado por parte del partido Movimiento Ciudadano, así como la asignación de espacios legislativos en el Congreso Local, esto a partir de emprender una exploración sobre el comportamiento electoral de los votantes, al tener en cuenta sus preferencias ideológico-partidistas o de candidatos, *issues* políticos y no políticos, el rechazo y la identificación partidista. Por otra parte, en cuanto al marco teórico para analizar los perfiles de los votantes nuevoleonés, el doctor Infante Bonfiglio presenta una visión panorámica de los orígenes de la democracia, sus condiciones y las instituciones que la protegen, además de los peligros actuales. El marco teórico es robustecido con elementos cuantitativos derivados del cuestionario aplicado en el estado de Nuevo León en torno las elecciones del año 2021. Finalmente, el doctor Cervantes Niño aborda de manera descriptiva la asociación entre el tipo de ocupación laboral y los efectos que esto podría acarrear sobre la participación política en Nuevo León, entendida esta como la emisión del voto o

abstención, así como sobre la percepción de la democracia, de los sistemas de Gobierno y la consolidación del régimen.

La segunda parte —Redes sociales y medios de comunicación— se encuentra inmersa en el análisis sobre de la relación entre información, nuevas tecnologías y votaciones. Específicamente, se aborda cómo las redes sociales han venido ganado terreno en cobertura e impacto a los medios tradicionales de comunicación, y cómo los partidos políticos y candidatos han emprendido nuevas estrategias adaptadas a este nuevo contexto tecnológico y mucho más digital, esto con la aspiración de alcanzar sus objetivos políticos. Desde esta premisa, Carlos Vázquez Ferrel y la maestra Viviana Díaz Urrea identifican los factores asociados a que el encuestado le dote el carácter a las redes sociales y medios tradicionales como principal canal proveedor de información política y cómo en función del tipo de canal proveedor de información variarían a su vez los efectos políticos y actitudinales en los nuevoleonenses.

Por su parte, el artículo de la maestra Azucena Rojas Parra indaga en las elecciones para Gobernador en Nuevo León, específicamente en contextos donde los votantes utilizaron como canal principal de información política los medios digitales, y se profundiza si esta elección de canal tiene alguna asociación con determinadas inclinaciones ideológicas. A partir de ese análisis, la autora reconstruye tres perfiles distintos de consumidores de medios que se encuentran en la entidad. Asimismo, el doctor Alejandro Díaz Domínguez y Karola García Alvarado detectan que las redes sociales —especialmente Instagram y Facebook—, no solamente se emplearon como canales informativos del ámbito político, sino que también fueron plataformas que incrementan el seguimiento a las campañas políticas locales en Nuevo León.

Finalmente, la última parte del libro —Ciudadanía, valores y relaciones con los partidos políticos— profundiza en los análisis sobre prácticas antidemocráticas emprendidas por los partidos en contextos electorales, el hartazgo de la ciudadanía respecto a la política, el rol

de la religión, entre otros elementos. El doctor José María Infante Bonfiglio destaca cómo la religión y la actividad política pueden llegar a estar relacionadas dentro de una sociedad.

Por otro lado, Solís Delgadillo, Peredo Gómez y Méndez Romo detectan elementos que ayudarían a definir el perfil de las personas aspirantes a ocupar candidaturas independientes en Nuevo León, una figura política relativamente nueva en nuestro país. Con su análisis, los autores revelan que este perfil suele darse en personas con recursos económicos superiores al promedio, por lo que sus candidaturas suelen encontrarse en las circunscripciones más ricas del estado. El escrito está compuesto de tres partes: inicia con una discusión normativa y empírica sobre las candidaturas independientes, continúa con una descripción de esta figura política durante el proceso electoral del año 2021 en Nuevo León y finaliza con una puesta a prueba de la hipótesis planteada. Por su parte, el doctor González Tule, quien analiza en su artículo la compra de votos, ahonda en el tema teniendo como objetivos identificar algunas de las condiciones del votante relacionado con esta práctica, el conocimiento sobre las «ventajas» que otorgan las figuras políticas y si realmente se puede considerar efectiva la compra de votos como estrategia para ampliar bases electorales.

Respecto a la cultura política, Ávila-Eggleton divide su análisis en tres apartados: en el primero se emprende un breve recorrido de la historia electoral de la entidad; posteriormente, realiza un análisis comparado de los procesos electorales de 2015 y de 2021, en que se indagan las razones del cambio de comportamiento electoral en el estado; y se finaliza delineando un mapa de los patrones de comportamiento electoral para mostrar algunos de los elementos de la cultura política de los nuevoleonés. Para concluir, Ana Claudia Coutigno Ramírez y Víctor Alejandro Espinoza Valle destacan cómo elegir a un Gobernador de cierto partido y elegir candidatos para el Congreso Local miembros de partidos políticos distintos al del Ejecutivo puede esbozar tendencias respecto los perfiles del vo-

tante. Razón por la cual nos conecta a la teoría del voto cruzado o dividido, la cual tiende a explicar un patrón de configuración de Gobiernos divididos.

En definitiva, si bien las diferentes perspectivas teóricas, metodológicas y temáticas dotan de riqueza al presente libro y es un aporte sustantivo al conocimiento político-electoral sobre los nuevoleonenses, a su vez este tan solo recoge una parte de la compleja interrelación de factores que desembocan en la decisión electoral final del votante. Por tanto, esta obra es una invitación para que la encuesta de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León sea consultada y aprovechada para emprender futuros análisis y profundizar los aquí plasmados.

I.
VOTOS Y ELECCIONES

EL ELECTOR NUEVOLEONÉS

José María Infante Bonfiglio

Desde sus orígenes, la humanidad conoció y practicó diferentes formas de elecciones para distintas circunstancias, pero será recién hasta el siglo XVIII cuando los sistemas políticos de Occidente institucionalizaron las elecciones universales de ciudadanos como método para el reemplazo de sus dirigentes. Las prácticas electorales han sido definidas por Patrice Guerrifrey (2001) como «conjunto de acciones y conductas sociales y políticas en torno al ejercicio del sufragio, un ejercicio que se lleva a cabo de manera más o menos regular, de acuerdo a ciertos procedimientos dictados por normas escritas o por la costumbre». En otras palabras, en toda práctica electoral se combinan la aplicación de leyes y reglamentos en un espacio social dado, con una historia de comportamientos determinadas por costumbres y prácticas mayoritariamente aceptadas por la sociedad en cuestión.

Las elecciones datan de muy antiguo en las sociedades, y es difícil determinar una fecha específica o lugar de origen. En los procesos electorales de hace más de 2,000 años, en el Imperio romano, ya se planteaba la demanda por los mejores mecanismos para triunfar en ellos; Quinto Tulio Cicerón aconsejaba a su hermano, en el año

65 o 64 antes de nuestra era, sobre los modos para ganar en las elecciones: «Hay que procurar que estas elecciones resulten un gran espectáculo popular [...] y que, de ser posible, se hable de todo lo que de infamante, ilegal y deshonesto o corrupto pueda haber en la personalidad y en las costumbres de tus oponentes» (Citado por Gómez-Pantoja, 1989, p. 65). La lista de consejos abarcaba una amplia serie de cuestiones prácticas, incluso modos de compra de votos y el tratamiento de relaciones personales. Se puede notar que en muchas de las cuestiones las «recetas» no varían con algunas de las que podrían indicarse en la actualidad.

La idea de democracia tiene una historia y no ha sido persistente ni coherente a lo largo del tiempo. John Keane (2018) marca tres etapas más o menos definidas en ese trayecto: una primera que se habría originado alrededor del 2500 antes de nuestra era, en lo que hoy se conoce como Medio Oriente, y que culminaría unos 2,000 años después en la ciudad de Atenas, en donde la democracia tuvo el significado de una asamblea de varones adultos que tenían el estatus de ciudadanos, lo cual excluía a mujeres, esclavos y extranjeros. Una segunda etapa, según Keane, inicia alrededor del siglo X, cuando diferentes esfuerzos a partir de variadas motivaciones van componiendo distintas organizaciones policentralizadas en cooperación o competencia entre sí. Esta etapa se ha caracterizado como democracia representativa, es decir, de una democracia que opera como una representación, como algo o alguien que está en el lugar de otros, con esta dialéctica de uno-muchos difícil de resolver, ya que ese uno deja afuera varias peculiaridades o propiedades que las condiciones del espacio-tiempo hacen imposibles de trasladar o transferir. A partir de 1945 se estaría gestando en varias regiones del mundo lo que Keane denomina democracia monitorizada, con un centenar de tipos especiales de monitoreo, ocupados en el control y la vigilancia de las instituciones políticas y de todo el aparato de poder organizacional. Es muy temprano aún para aceptar esta idea de Keane, en especial porque esta democracia monitorizada

todavía no ha podido conformar instituciones sólidas y con relativa permanencia.

Según Seymour Martin Lipset (1987), una de las condiciones necesarias para la existencia de una democracia es la existencia de un conflicto o división, de manera tal que aparezca una competencia en pos de posiciones de mando y control; a esto debe sumársele un consenso que permita la articulación de esos conflictos, que permita a quienes están «adentro» tomar decisiones que sean aceptadas, asumidas y acatadas por quienes están «afuera». Si la división es asumida por todos los sectores del sistema y permite que se integren las diferentes partes, podemos hablar de una condición democrática. Disputa y acuerdo son los dos ejes de la convivencia democrática y una coexistencia de ambos procesos será la condición de subsistencia de la vida democrática.

En las sociedades actuales, las instituciones políticas conforman un todo en el cual no hay una primacía de un sector hegemónico, es decir, que la existencia del Estado no le otorga por sí una superioridad o preeminencia frente a otras instituciones del sistema político. La herencia de Hegel ha condicionado el pensamiento político occidental de modo que las actividades en torno al Estado son consideradas de predominio absoluto.¹ Los conflictos actuales no se presentan solo entre las instituciones de la vida política, sino también entre las instituciones sociales, incluidas las políticas.

Desde la perspectiva del poder, lo que suele exasperar y a veces molestar a quienes ocupan posiciones de poderío es tener que gobernar a pesar de la sociedad a la que se manda (Innerarity, 2020). Lo que en muchas ocasiones suele enfurecer al poder o quienes creen poseerlo es lo que se considera la desidia o apatía de los gobernados, la vida social complicada con muchas variantes, la aparición de

1 Todavía hoy muchos teóricos escriben Estado así, con mayúsculas, para exaltar esta superioridad.

elementos inesperados o imprevistos. Esto lleva a algunos gobernantes de escasa capacidad a crear sistemas de control que no pueden resolver con eficiencia los variados problemas de gobernabilidad que deben descifrar y solucionar.

Las sociedades actuales han alcanzado un grado de complejidad en sus instituciones políticas y sociales desconocido hasta la última década del siglo pasado, por poner un tiempo de referencia, ya que la realidad política es altamente dinámica y esta diversidad está en continua evolución. La institucionalización de elecciones se hizo bajo los supuestos de concepciones racionalistas, es decir, con el supuesto falso de un ser humano como ser racional, capaz de tomar decisiones sobre diferentes opciones en función de condiciones de racionalidad. Se entendía así que las elecciones reflejaban una verdad de existencia colectiva y presentaban la mejor opción. En los populismos actuales reaparece esta ilusión y suele destacarse esta virtud. Expresiones como «el pueblo nunca se equivoca» y similares son manifestaciones de este imaginario. No se debe confundir la institucionalización de elecciones con formas proto o predemocráticas, ya que, como muy bien lo señala John Keane (2018), una de las paradojas de la democracia es haberse construido por lo general de manera no democrática.

Sin embargo, esa institucionalización nunca descartó ciertas particularidades también esencialmente humanas, como la capacidad de engañar o mentir. En sus *Investigaciones filosóficas*, Ludwig Wittgenstein (1988) se pregunta por qué un perro no puede fingir dolor y se responde a sí mismo con una pregunta: «¿Acaso porque es honesto?», y establece que la mentira y la deshonestidad pertenecen a un sistema simbólico ajeno a la naturaleza animal. Daniel Levitin (2019) describe cómo hay diferentes formas de engaño que atienden a hechos o a interpretaciones de esos hechos y que inclusive los científicos han recurrido en algunos casos a la mentira y que, aun cuando al ser descubiertos hayan sido severamente sancionados, ha habido ocasiones en las que esas mentiras tuvieron gran aceptación

y tardaron en ser puestas en evidencia (Paenza, 2021). En 1998, la revista británica *Lancet*, la cual goza de gran prestigio entre los científicos, publicó un artículo de Andrew Wakefield en el que se relacionaba, según datos de una investigación llevada a cabo por él y 12 colaboradores, la administración de la vacuna triple (MMR, en inglés) con la pérdida de habilidades en un grupo de niños (en realidad, ocho de 12) a quienes se había aplicado la vacuna. *Lancet* se retractó en 2010 publicando un informe del Consejo de Medicina General del Reino Unido, el cual decía que el artículo estaba basado en mala ciencia y había sido desvergonzadamente fraudulento y construido a partir de datos falsos (BMJ, 2011). A Wakefield se le retiró su licencia para ejercer la medicina en el Reino Unido (y ahora trabaja en Texas para una organización de abogados patrocinada por enemigos de las vacunas). El episodio evidencia varias situaciones: el daño que puede hacer una sola publicación, que aún después de desmentida sigue teniendo sus divulgadores y defensores; que pasan varios años hasta que la mentira es desmentida; que esto ocurre en la ciencia, ámbito que muchos definen como el espacio de la verdad, lo cual no brinda buenas esperanzas para otras actividades humanas, en especial el ámbito de la política; que las desautorizaciones en el discurso político, como en casi todas las formas de discurso, tienen poca idoneidad; que las mentiras pueden tener una larga vida en el imaginario popular.

Entre los problemas que tenemos en la actualidad con la democracia se encuentran las voces críticas de quienes piensan que las elecciones expresan demasiado bien lo que quieren los electores o, por el contrario, que expresan demasiado poco las necesidades o exigencias de los electores (Innerarity, 2020). Daniel Innerarity piensa que el problema de las insuficiencias de la democracia transcurre por otras vías, ya que en los procesos de votación hay menos personas, intereses y valores de los que debería haber, o sea que los electorados son insuficientes porque son pocos los que tienen reconocido el derecho de representación. Piensa que más que representación

o participación deberíamos preocuparnos por las posibilidades de deliberación. En un apartado del cuestionario que se aplicó para este estudio se indaga sobre la condición de ciudadanía asociada al voto, a la actividad de cooperación y otras. En la Tabla 1 se presentan algunas de las respuestas.

TABLA 1
LOS/LAS GOBERNANTES PUEDEN APROVECHARSE DE SU PUESTO SIEMPRE
Y CUANDO HAGAN COSAS BUENAS

(1 = Totalmente en desacuerdo; 10 = Totalmente de acuerdo)

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
1	8.0	7.7
2	1.9	3.3
3	3.7	4.1
4	4.4	3.8
5	4.0	4.0
6	5.0	4.9
7	4.6	5.0
8	5.5	6.2
9	6.4	7.0
10	4.7	5.7

*Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021);
 $\chi^2: .775, v: 10.$*

La pregunta implica una aceptación implícita de la corrupción, aunque debemos aceptar que no hay una aceptación clara y expresa a las prácticas corruptas. El fraude electoral y la compra de votos no son las únicas formas de corrupción política (Valenzuela, 1999). También debemos tener en cuenta la corrupción financiera en el aparato estatal, las diferentes formas de engaño, desde la mentira abierta hasta las distintas falacias en el discurso, la calumnia, la falsificación

de datos y demás. Como se muestra en la Tabla 1, el mayor porcentaje, que de todos modos no llega a la décima parte de los electores, estaría en desacuerdo con que algunas formas de corrupción podrían justificarse en función de un buen desempeño gubernativo.

El Estado de derecho no es la única certidumbre de la vigencia de la ley. Guillermo O'Donnell (2015) aclara que esta condición abarca varios aspectos, como la igualdad ante la ley de todos los ciudadanos, la ley impera en todos los espacios del país, las fuerzas policiales son eficientes y profesionales, los ciudadanos tienen iguales oportunidades para acceder al sistema de justicia, la corrupción es mínima, se detecta y castiga en todos los niveles del Estado. Posteriores investigaciones podrían profundizar en la concepción de buen Gobierno, respeto al Estado de derecho en las democracias y diferentes formas de corrupción.

Hay una especie de distorsión en el imaginario popular sobre los modos de hacer política que suelen excluir «hablar de política» como una forma de acción o participación política. Una de las sentencias del cuestionario para las que se solicitaba el acuerdo dice «La ciudadanía se ejerce al hablar de política», y los resultados se presentan en la Tabla 2. Son las mujeres quienes más objeciones presentan a esta idea y quienes extenderían el concepto de ciudadanía a otras acciones.

La política no se ejerce solo por pasiva, aunque la mayoría de los ciudadanos se muestren reacios a hacer algo más que votar. Como señalan Diamond y Morlino (2015), la calidad de la democracia es alta cuando los ciudadanos, además de votar, se organizan para exigir la vigencia de sus derechos políticos y la implementación de medidas legales y económicas para garantizar que sean válidos. Por esa razón, nos parecía interesante indagar sobre otras formas de participación y en la Tabla 3 presentamos los resultados; un porcentaje muy alto está de acuerdo en que, al menos imaginariamente, deberíamos contribuir a encontrar soluciones a los problemas comunitarios como una acción adecuada de los buenos ciudadanos.

TABLA 2
LA CIUDADANÍA SE EJERCE AL HABLAR DE POLÍTICA
 (1 = Totalmente en desacuerdo; 10 = Totalmente de acuerdo)

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
1	2.4	3.2
2	1.8	1.7
3	2.7	3.1
4	4.8	5.5
5	5.9	5.0
6	5.9	5.7
7	6.8	6.8
8	7.6	8.6
9	6.3	6.6
10	4.0	5.1

TABLA 3
LA CIUDADANÍA SE EJERCE AL AYUDAR A RESOLVER LOS PROBLEMAS
DE LA COMUNIDAD

(1 = Totalmente en desacuerdo; 10 = Totalmente de acuerdo)

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
1	1.5	1.0
2	1.4	1.2
3	1.4	1.3
4	2.3	2.9
5	3.5	3.7
6	6.8	6.1
7	6.3	6.1
8	9.9	12.3
9	8.4	9.3
10	6.7	7.4

Fuente de ambas tablas: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021); χ^2 : .811, v: 10 (Tabla 2); χ^2 : .783, v: 10 (Tabla 3).

Pagar impuestos presenta notables resistencias en las clases medias de los países democráticos, más aún en los casos en que las tasas impositivas son proporcionalmente altas para los individuos. La ideología liberal ha hecho de la disminución de impuestos una consigna casi permanente de las luchas políticas y en los últimos tiempos los ideólogos de la derecha estadounidense han conseguido debilitar al Estado al recortar los impuestos (especialmente a los más poderosos). En la Tabla 4 se presenta la sentencia «La ciudadanía se ejerce al pagar impuestos» y debemos recordar que en muchos países el cumplimiento de esta obligación es un requisito para poder ejercer el derecho al voto. Los ciudadanos nuevoleonese se inclinan por incluir el pagar impuestos como una condición de la ciudadanía sin oponer obstáculos a esta acción.

TABLA 4
LA CIUDADANÍA SE EJERCE AL PAGAR IMPUESTOS
(1 = Totalmente en desacuerdo; 10 = Totalmente de acuerdo)

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
1	1.1	1.5
2	1.4	0.9
3	2.0	1.5
4	3.4	3.1
5	4.1	4.0
6	5.1	6.6
7	6.0	6.6
8	7.8	8.9
9	8.7	8.5
10	8.6	9.7

*Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021);
χ: .713, v: 10.*

Los principales asuntos que debemos encarar si queremos incluir a quienes deben insertarse en los procesos de inclusión de los ciudadanos

en la acción democrática son los que permiten la participación de otros congéneres, de las generaciones por venir, de otros iguales y de los entornos ecológicos. Se trata de hacer a las sociedades más inclusivas sin eliminar a ninguna institución. El «nosotros» de nuestras democracias ha perdido sus límites y sus referencias a un encuadre específico.

Hay una inclinación y una deformación sistemática en las democracias que enfatizan lo electoral, y por ello el presente y sus consecuencias, y opacan las condiciones de sustentabilidad y afirmación de instituciones de permanencia más o menos atemporal. Estas «democracias electorales» tienden a poner los intereses de las generaciones actuales en modo decisivo por sobre los de las generaciones por venir, las que no tienen palabra en la actualidad.

La mayoría de las constituciones desechan la preocupación por las generaciones del futuro (Innerarity, 2020). En todo caso son inquietudes de naturaleza no vinculante con un valor práctico limitado; si las condiciones actuales de representación no permiten incluir todos los intereses y necesidades de las generaciones presentes, mucho menos lo pueden hacer con las futuras.

El voto se ha convertido en el medio universal para la toma de decisiones de los colectivos (Lewis-Beck *et al.* 2008). Los colectivos varían en composición e interrelaciones, por lo que proponer leyes de interpretación de su dinámica es una apuesta arriesgada. No conforman la misma entidad un grupo de amigos de un vecindario que los empleados y obreros de una empresa o los habitantes de una ciudad. En el caso de las decisiones sobre el voto, las definiciones son relativamente lentas y se producen después de periodos de elaboración en los que intervienen numerosos factores.

Juan Jesús González y Fermín Bouza (2009) han propuesto una tipología de los votos que puede ser discutida, pero que descubre la gran variedad de fundamentos o causas que se ocultan atrás de un voto. Para ellos, un voto puede ser el resultado de un acto cor-

tés o complaciente hacia una determinada política. No obstante, también la empatía por una persona puede terminar en un voto a su favor, aunque no se aprueben sus ideas.

Los estudios sobre el voto permiten conocer sobre la formación de las actitudes y su cambio, sobre las identificaciones grupales y sociales, el papel de los medios de comunicación, la racionalidad económica del voto y muchas otras cosas más. Las elecciones son un modo de toma de decisiones del sistema político de una sociedad, sin descartar otras como las resoluciones de los parlamentos, las determinaciones y disposiciones del Ejecutivo, los dictámenes judiciales y la satisfacción a las demandas de colectivos. Esos estudios comienzan a practicarse de manera sistemática en la segunda década del siglo XX, en especial en los Estados Unidos, cuando las investigaciones sociales desarrollan mayor atención por los datos empíricos.

Un estudio de William Robinson de 1950 planteaba que las inferencias causales a partir de datos individuales podían llevar a conclusiones falaces. Ni siquiera para colectivos homogéneos o analizados para una variable única es posible proponer reglas de carácter universal. Los datos agregados para el caso de poblaciones humanas no toman en consideración una gran cantidad de elementos actitudinales y psicológicos subyacentes al comportamiento de voto individual.

Los estudios de preferencias electorales en el siglo XX buscaban encontrar asociaciones entre grandes categorías sociodemográficas y partidos o candidatos. Estas relaciones han sido en muchos casos anecdóticas antes que sistémicas y no permitieron la construcción de una teoría sobre el comportamiento de voto. Stavrakakis (2010) dice que en la actualidad esas relaciones se han visto anuladas o equilibradas en función de los estudios que subrayan la complejidad de los vínculos entre ellas. Especialmente, porque ya no lidiamos con identidades homogéneas o mono identidades sino identidades plurales, configuradas a partir de variados elementos, a veces contradictorios.

González y Bouza (2009) han propuesto una tipología del voto que puede ser ampliada y modificada. Según ellos, los votos responden a una gran variedad de causas y motivaciones entre las que destacan varios tipos; entre ellos encontramos el voto *deferente* que se dio en el referéndum sobre la reforma política de 1976 en España; el voto *desencantado* de 1979; el voto *ilusionado* de 1982; el voto posicional o *ideológico* de 1986; el voto *cabreado* de 1989, después de la reforma política llevada a cabo por el entonces gobernante Partido Socialista en España; el voto *reflexivo* de 1996; el voto *mediatizado* de 2004. En todos los casos se trató de motivaciones ocasionales o coyunturales antes que «doctrinarias» o sustentadas en juicios que responden a una comprensión profunda de los procesos políticos. También tenemos voto *cantado*, una práctica con variaciones vigente en algunos países de Europa central en el siglo XVIII y en la cual el ganador de las elecciones se decidía por quienes gritaban con más fuerza a partir de sus candidatos (Keane, 2018); estas prácticas subsistieron hasta el siglo XX en algunos países de América Latina, cuando se generalizó el voto secreto.

Los estudios que nos permitieron obtener una mayor y más profunda comprensión del comportamiento electoral tuvieron un gran impulso a partir de los análisis de Paul Lazarsfeld y sus colegas en la Columbia University (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1948). Se trató de un estudio con técnica de panel en el cual los entrevistados fueron seguidos a lo largo de un tiempo para ser interrogados sobre sus preferencias electorales y los cambios que se evidenciaban. En Estados Unidos, la primera encuesta nacional se efectuó en 1944 y posteriormente varias agencias han realizado estudios de manera temporal. A lo largo del tiempo han cambiado circunstancias y escenarios y muchas de las cuestiones que fueron relevantes ya hoy no lo son. Una de las más notorias es la posición sobre el comunismo y sus sistemas concretos. Los análisis de datos también han sufrido transformaciones muy notorias: desde las técnicas de «agujas de tejer» hasta los tratamientos digitales de la actualidad hay enormes diferencias.

Estudios realizados en la década de los años cincuenta del siglo pasado en Alemania mostraban que el voto masculino había aumentado en el país en coincidencia con el aumento del nivel de educación y la renta personal y familiar (Lipset, 1987). Los jornaleros agrícolas de Alemania constituían el grupo más indiferente y abúlico de los ciudadanos. Entre los factores que cooperaban a esta situación se incluían condiciones especiales de este grupo social, el cual ostentaba un bajo nivel de instrucción, con baja capacidad económica, con escasa o nula exposición a los medios, socialmente aislado y con una cierta indiferencia a los procesos políticos, cuando no un rechazo o marcada animadversión a la política.

Una de las preguntas iniciales de nuestro cuestionario demandaba sobre el interés por la política: «En general, ¿qué tan interesado está usted en la política?». Las respuestas aparecen en la Tabla 5.

TABLA 5
EN GENERAL, ¿QUÉ TAN INTERESADO ESTÁ USTED EN LA POLÍTICA?

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Nada	2.3	3.2
2	2.3	3.4
3	3.9	4.7
4	4.8	5.4
5	5.0	7.0
6	7.0	7.8
7	8.6	5.6
8	8.7	7.9
9	4.2	5.0
Mucho	1.5	1.5

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021); χ^2 : .047; v: 9 (para quienes habían dicho no votar los datos se presentan en la Tabla 6).

TABLA 6
[SI NO VOTÓ] ¿PODRÍA DECIRNOS POR QUÉ NO VOTÓ EN LAS PASADAS ELECCIONES?
(en porcentajes)

	Hombre	Mujer	Total
De nada sirve, todo está empeorando.	4.2	4.2	8.4
De nada sirve, todo sigue igual.	4.7	6.8	11.6
Enfermedad	3.2	2.6	5.8
Falta de credencial para votar	9.5	12.1	21.6
Falta de interés	1.6	2.6	4.2
Falta de transporte	1.1	0.5	1.6
Incapacidad física o discapacidad	5.8	8.4	14.2
Las elecciones son fraudulentas.	1.6	3.2	4.7
Llegó tarde a votar y estaba cerrado.	0.5	0.0	0.5
Me impidieron votar en la última elección.	3.7	2.1	5.8
No cree en el sistema político.	0.0	1.1	1.1
No tiene la edad necesaria.	7.4	3.2	3.2
No sabe.	1.1	.1	2.1
No contesta.	4.7	3.2	7.9

TABLA 7
RAZONES PARA IR A VOTAR
(en porcentajes)

	Hombre	Mujer	Total
Es mi derecho.	14.7	14.5	29.1
Es mi obligación.	8.6	8.3	16.8
Influir en el futuro del Estado (de Nuevo León).	5.8	6.1	11.8
Buscar que el candidato/a que apoyo gane.	4.0	4.1	8.2
Mi familia fue a votar.	2.1	2.1	4.1
Deseo de cambio	8.6	11.1	19.7
Me facilitaron ir a votar.	0.5	0.7	1.2
Es una herramienta para defender mis intereses.	3.4	3.9	7.3
No sabe.	0.2	0.1	0.3
No contesta.	0.4	1.0	1.4

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021);
 χ^2 : .550, v:13 (Tabla 6); χ^2 : .859, v: 9 (Tabla 7).

La media aritmética para mujeres es 5.64, con una desviación estándar de 2.432 y para los hombres 5.97, con una desviación estándar de 2.309, es decir, no hay diferencias entre mujeres y hombres, aun cuando los hombres parecerían estar un poco más interesados en la política que las mujeres. El imaginario machista suele negar que las mujeres tengan similar interés en la política, pero estos datos parecen desmentir esa ideología.

John Keane (2018) menciona que, en Australia, dentro de los años 1984 y 1989, entre 32 y 38% decía que estaba interesado en la política, menos de la quinta parte declaraba que le daba poca atención y casi nadie dijo en ese tiempo que no tenía ningún interés en la cuestión. También podríamos decir que mucha gente menciona no tener interés en la política para evitarse complicaciones posteriores, pero solo más estudios y con más profundidad podrían dejar esto más manifiesto o evidente.

Las razones para votar o no votar pueden ser variadas, pero se hicieron varias preguntas sobre el voto o su ausencia y las razones conscientes para ello. La pregunta 25, por ejemplo, consultaba sobre las razones que habría tenido el encuestado para no votar en las elecciones anteriores (obviamente, para quienes habían dicho no votar). Los datos se presentan en la Tabla 6.

La carencia de la credencial es la justificación más mencionada, aunque no se indagó a qué se debía ese inconveniente. En segundo lugar, aparece la incapacidad física, pero tampoco sabemos su causa. Por el contrario, entre las razones para votar, encontramos que «Es mi derecho» se señala por la tercera parte de los encuestados, mientras que la quinta parte habla de «Deseo de cambio».

En lo que hace a las razones para no votar en el estado de Nuevo León, aparece en primer lugar la creencia en la corrupción en el proceso electoral, tal como se muestra en la Tabla 8.

Seymour M. Lipset (1987) enlista las condiciones que favorecen o perjudican la participación electoral. En cuanto a las primeras, coloca un alto nivel socioeconómico, un alto nivel de instrucción, el sexo

(los hombres votan más que las mujeres, lo cual es inverso a lo que ocurre en Nuevo León), situaciones de crisis, estado civil (casados o solteros). Mientras que las personas de ingresos bajos, de bajo nivel educativo, obreros con baja calificación, jóvenes, solteros, individuos aislados social y profesionalmente no son apremiados para votar son quienes están menos inclinados a participar.

TABLA 8
RAZONES POR LAS QUE PROBABLEMENTE NO VOTARÁ
EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN
(en porcentajes)

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Total</i>
Enfermedad	0.0	0.3	0.3
Falta de interés	0.7	0.6	0.4
No le gustó ningún candidato.	0.6	0.4	1.0
No cree que las elecciones sean limpias.	1.6	1.2	2.8
Tener que trabajar / falta de tiempo	0.7	0.5	1.2
Incapacidad física o discapacidad	0.1	0.1	0.2
Inseguridad	0.3	0.5	0.8
Aún no se decide por un candidato.	0.0	0.1	0.1
Estoy analizando las propuestas.	0.1	0.0	0.1
No le van a dar el triunfo a quien gane. Hay corrupción.	0.1	0.0	0.1
No sabe.	0.0	0.1	0.1
No contesta.	0.0	0.1	0.1

*Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021);
χ: .456, v: 12.*

El cálculo de la χ^2 (Tabla 9) indica que los resultados son significativos a nivel de .01, por lo que se puede decir que el nivel socioeconómico (como es más o menos universal) afecta la participación electoral.

La admisión del voto femenino fue una larga lucha en todos los países durante el siglo XX, de manera que muchos de los estudios

sobre quiénes votan aludían a los hombres. Las mujeres fueron autorizadas a votar (y desautorizadas) en muchas ocasiones desde 1776, pero en elecciones nacionales ello ocurrió por primera vez en 1893 en Nueva Zelanda. Finlandia en 1907 fue el primer país europeo en otorgar derecho de voto a las mujeres, donde ocuparon incluso bancadas en el Parlamento. El voto femenino es la manifestación concreta de una conquista después de años de lucha por el reconocimiento cívico al rol de la mujer en la sociedad.

Las mujeres consideradas exclusivamente como amas de casa se mantienen en muchos lugares al margen de las actividades políticas, lo cual no quiere decir que no tengan ningún interés en la política. En el mundo occidental, Marie Le Jars de Gournay había publicado en 1622 un escrito sobre la igualdad de mujeres y hombres y 50 años después François Poullain de la Barre publicaba un libro en el cual sostenía que la mente carece de sexo (Offen, 2015).

La Tabla 10 muestra que las mujeres votan en un alto número, independientemente de su condición sociofamiliar. Un análisis más detallado de todo esto podrá darnos una visión más perspicaz, pero por razones de espacio nos detendremos aquí.

Un aspecto en el que todavía tenemos muchas incógnitas es el que corresponde a la identidad y autoidentificación de los electores con relación a su voto. Las bases sociales a través de las cuales se da la construcción de un *nosotros* dependen de la acción colectiva de una realidad emergente no esencial en un momento determinado de las relaciones sociales (Revilla, Jefferys y Tovar, 2013). Las desigualdades sociales en la actualidad no marcan de manera definida los grupos como ocurría hace algunos años; la identidad de clase, por ejemplo, es ahora más dispersa y fragmentada; la construcción de un nosotros tiene mayores condicionamientos que en el pasado; la globalización agrega elementos de indefinición, ya que las condiciones territoriales y los medios de comunicación conspiran para borrar las líneas de separación que otrora estaban bien marcadas; la presencia de migrantes contribuye a aumentar esta condición. La fragmenta-

TABLA 9
 VOTO EN LAS ELECCIONES LOCALES SEGÚN NIVEL DE INGRESOS
 (año 2018, según declaración de encuestado, en porcentajes)

Nivel de ingresos familiares mensuales	Votó		Total
	SÍ	NO	
Ninguno	1.8	0.4	2.2
Hasta \$2,273	2.4	0.4	3.2
\$2,274-\$4,116	9.2	2.3	11.6
\$5,560-\$7,009	15.5	3.1	18.9
\$7,010-\$8,430	10.6	1.6	12.4
\$8,431-\$10,550	11.3	1.4	13.0
\$10,551-\$12,947	6.1	1.0	7.6
\$12,948-\$16,406	7.1	0.9	8.0
\$22,345-\$53,606	3.7	0.4	4.1
Más de \$53,607	0.5	0.0	0.5
No sabe.	5.0	1.6	6.8
No contesta.	9.5	1.8	11.7

Nota: las sumas de los totales no son exactas porque se suprimieron las respuestas «No sabe» y «No contesta».

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021); $\chi^2 : 010$; v: 33.

TABLA 10
 VOTO DE LAS MUJERES QUE DECLARAN SER SOLO «AMA DE CASA»
 EN LAS ELECCIONES DE 2018 EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN
 (en porcentajes)

	SÍ	NO
¿Votó?	36.8	4.5

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

ción de las afiliaciones también ha extendido las líneas de ruptura a casi todos los aspectos de la vida social.

La identidad es una construcción simbólica que todos los seres humanos erigimos en torno a nuestra propia persona. Anthony Giddens (1991) subraya que debemos partir de la premisa de que, para llegar a ser un ser humano es preciso conocer, en términos descriptivos, qué estamos haciendo y por qué lo hacemos. Esta cognoscibilidad no está limitada al discurso consciente de las condiciones de la acción. Muchos elementos de esta habilidad son acompañados de un cierto nivel de conciencia práctica, que se presentan en las actividades de la vida cotidiana. La conciencia práctica es integral con la vigilancia reflexiva de la acción, pero es «no-consciente» y no inconsciente. Los anclajes de esta conciencia son de nivel afectivo emocional más que cognitivos. Sin embargo, siempre están acompañados de un nivel de confianza en las relaciones sociales concomitantes. De modo que la identidad no atañe solo a las condiciones autorreflexivas, sino también al medio social en que nos movemos. En un medio en que las condiciones sociopolíticas y culturales se amoldan con cierta rapidez, la construcción de la identidad recibe presiones que hacen que se esté reconformando de manera continua. De acuerdo con Daniel Gutiérrez Martínez (2010), la construcción de una identidad debe contemplar ciertas características: se trata de un término polisémico, el cual permite la descripción de inventarios culturales con arreglo a los cuales los agentes delimitan sus fronteras y se diferencian de los otros; se configura como resultado de los procesos de identificación en los intercambios sociales; se toman en cuenta en marcos estructurales de acción, en la correlación de fuerzas de los marcos imaginarios que allí intervienen. En el caso de las identidades colectivas, han cobrado fuerza como consecuencia de las transformaciones derivadas de la globalización, en las cuales se ponen en juego las necesidades de particularización nacional y local. La autoimagen y las identidades colectivas se reconstruyen

permanentemente en las interacciones entre los individuos y sus sistemas simbólicos coexistentes. Es evidente que el tipo y modelo sociocultural en que un individuo se produce llevarán a identidades diferentes y en ocasiones contradictorias. El proceso de diferenciación de estas identidades transportará a diferentes estructuras sociales y a la construcción de sistemas simbólicos e imaginarios diferenciados. Ningún colectivo posee un modelo identitario inamovible, de manera que es imprescindible vigilar las condiciones en que construye y reconstruye.

Hay, en toda construcción identitaria, una ideología que no puede dar cuenta de sí misma sin recurrir a la contradicción. No es posible en este trabajo dar cuenta de todas las dificultades que pueden encontrarse con el tratamiento del concepto «ideología». Terry Eagleton (2021) señala que una de las paradojas de nuestra actualidad es que, mientras los conflictos ideológicos han aumentado y han adquirido una fortaleza y una conflictividad de gran extensión e importancia, algunos pensadores insisten en minimizar esos valores e incluso sostener que las ideologías han desaparecido.

Las definiciones sobre ideología pueden, por sí solas, abarcar varios volúmenes. La escuela del «fin de las ideologías» fue una invención de la derecha política, en especial estadounidense (Eagleton, 2021), pero las ideas son algo por lo que muchos seres humanos viven y mueren, tal como ha ocurrido muchas veces en la historia y seguirá ocurriendo. Como se mencionaba, no son las ideologías el objetivo de este trabajo, pero estas están omnipresentes y por ello no es posible ignorarlas. Terry Eagleton apunta 14 sentidos del término ideología, muchos de ellos incompatibles entre sí. Si son los intereses sociales los que determinan la adscripción a uno de ellos, la complejidad que han adquirido las sociedades humanas en la actualidad hace imposible presentar un esquema coherente de las asignaciones ideológicas.

Hay dos valores que nos parecieron centrales en la aceptación de ideologías: el autoritarismo o la riqueza personal. Las preguntas

2 y 3 atendían a esta dualidad; en ambas se presentaba la demanda por democracia frente a las ganancias económicas. En la pregunta 2 se pedía optar por una de cuatro opciones: 1. «La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno»; 2. «Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible»; 3. «Ambos son lo mismo»; 4. «Para algunas personas, como en mi caso, no importa el tipo de Gobierno que se tenga», y se pedía optar por la reflejara de mejor manera el propio criterio. La Tabla 11 recoge las respuestas, según el género del encuestado.

TABLA 11
EXPRESIÓN DE ACUERDO CON CUATRO ASEVERACIONES

	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
1. «La democracia es preferible a cualquier otra forma de Gobierno».	18.7	22.6
2. «Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible».	7.3	9.5
3. «Ambos son lo mismo».	11.7	11.1
4. «Para algunas personas, como en mi caso, no importa el Gobierno que se tenga».	6.9	5.0
No sabe.	2.7	2.8
No contesta.	1.0	0.7

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021); χ^2 : .067, v: 5.

Aun cuando los hombres se presentan como más autoritarios que las mujeres, no podemos presentar conclusiones definitivas. Los datos estadísticos no son significativos, por lo que es preciso descartar una preferencia especial por alguna de las afirmaciones. Obviamente nos habría gustado que una de ellas destacara por sobre las demás, pero no podemos afirmar tal cosa; es posible que con un cuestionario más

solícito pudiéramos encontrar otros desenlaces, pero debemos dejar la cuestión aquí.

La aceptación por la democracia representativa ha dado paso, en varias sociedades actuales, a las preferencias por sistemas autoritarios, en los cuales la seguridad es preferible por sobre las condiciones de libertad que las democracias ofrecen (Kampfner, 2011). Tenemos aquí la contradicción de que se opta por sistemas autoritarios a partir de opciones democráticas; no es un fenómeno nuevo: recordemos el ascenso de Hitler al poder. Este proceso se ha repetido en varias ocasiones y los electores han dado luego muchas justificaciones para esa conducta, al apelar a los fenómenos que la teoría psicoanalítica ha descrito como racionalizaciones. En la pregunta 3 se daban, en las dos primeras opciones, la posibilidad de optar por un Gobierno democrático, por uno autoritario y por el desarrollo económico.

El sujeto político construye su identidad, en la sociedad actual (Stavrakakis, 2010), de un modo fluido; aunque hace algún tiempo se hiciera de manera rígida; como ocurría con las identidades religiosas en la transición a la Edad Moderna, cuando alguien se definía como católico, repudiaba todo lo que su imaginario identificaba como lo opuesto y los enfrentamientos eran sanguinarios y en muchas ocasiones, mortales. Como dice claramente Yannis Stavrakakis (2010):

¿Qué es lo que ha faltado en la mayoría de nuestros análisis, predicciones y conclusiones? [...] hemos exagerado la importancia política y la fuerza explicativa de los procesos de deliberación y persuasión *consciente*, y los hemos valorado mucho más que a los de asociación y de obediencia *inconsciente*. En general hemos puesto énfasis en el contenido de las luchas ideológicas, a la vez que pasamos por alto el aspecto formal de la curva de «identificación-interpelación».

Para el caso de México, la construcción de un sistema electoral confiable se ha establecido a través de un proceso no exento de conflictos. En el transcurso del siglo XIX hubo comicios en modo regular.

Los Ayuntamientos fueron las autoridades responsables de organizarlos en los niveles locales, mientras que los Gobiernos estatales lo hicieron a nivel regional. En los territorios de ultramar españoles no se encontraba la representación de un pueblo reconocido como libre y autónomo, sino que trataba de mecanismos de representación corporativa de nobles, gremios u órdenes religiosas; los procesos electorales, en consecuencia, tenían un marcado orden corporativo (Guerrifrey, 2001). En el siglo XIX mexicano las elecciones se celebraban de acuerdo a un juego político especial, ya que estaban controladas por caudillos regionales o funcionarios locales que poseían el dominio de la tramitación de los recursos, fueran económicos, administrativos o de gestión.

Creemos que, en México, la construcción del ciudadano fue una compleja elaboración del sistema político (Gantús y Salmerón, 2017) a lo largo el siglo XIX, cuando se fue labrando un sistema que no solo atendió a las condiciones específicamente electorales, sino que las elecciones se convirtieron en un entramado de negociación política, las que llevaron a la construcción de los poderes públicos. La revolución liberal de principios de ese siglo llevó a abandonar el voto corporativo y promover el voto individual. La Constitución de 1857 consagró el voto masculino como un acto individual sometido a muy pocas restricciones. El problema de la ciudadanía sigue siendo un enigma debatible en las democracias contemporáneas; uno de los ataques más insistentes de Donald Trump a Barack Obama tenía como tema central negar la condición de este como ciudadano de los Estados Unidos.

Los atributos por los cuales una persona se siente formando parte de un flujo de ascendencia común pueden ser reales o no; en todo caso, contienen siempre un componente imaginario que postula existencia de una ascendencia común que proporciona un sentimiento de pertenencia a ese flujo o corriente (Guibernau, 2009). Esos componentes imaginarios nunca son afectivamente indiferentes, y el compromiso de actuar en su defensa llega a acciones que pueden

tener un alto ingrediente de agresión. La creencia en la ascendencia común puede remontarse a ambiguas manifestaciones temporales o tener una historia reciente, pero lo que importa es la fuerza de la convicción. Habrá que investigar y reflexionar mucho más para tener un conocimiento más esclarecido que nos permita entender mejor quién es el votante nuevoleonés y cuáles son sus aspiraciones.

No podemos cerrar este estudio con conclusiones definitivas. Sin embargo, sí se puede decir que, a pesar de ciertas similitudes, el horizonte de los electores nuevoleonés difiere del de otros países o realidades sociopolíticas y tomar como referente los modos en que se pronuncian los electores de otras culturas, por más similitudes que quieran encontrarse en otros aspectos, puede conducirnos a apreciaciones totalmente erróneas. Debemos examinar, meditar y reflexionar mucho más.

REFERENCIAS

- BMJ (British Medical Journal) 2011. «Wakefield's article linking MMR vaccine and autism was fraudulent», *British Medical Journal*, no. 342. Recuperado de <https://doi.org/10.1136/bmj.c7452>.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- Diamond, Larry y Morlino, Leonardo (2005). Introduction. En Diamond, Larry y Morlino, Leonardo (eds.). *Assessing the quality of democracy*. Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.
- Eagleton, Terry (2021). *Ideología*. Ciudad de México: Paidós.
- Gantús, Fausta y Salmerón, Alicia (2017). «Un acercamiento a las elecciones del México del siglo XIX», *Historia y memoria*, no. 14, enero-junio, pp. 23-59. Recuperado de <https://doi.org/10.19053/20275137.n14.2017.5816>
- Gómez-Pantoja, Joaquín (1989). «Una guía para ganar las elecciones», *Historia*, vol. 16, no. 164, pp. 65-77.
- González, Juan Jesús, y Bouza, Fermín (2009). *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Guerrifey, Patrice (2001). *La Revolución francesa y las elecciones*. Ciudad de México: Instituto Federal Electoral/Fondo de Cultura Económica.
- Guibernau, Monserrat (2009). *La identidad de las naciones*. Barcelona: Ariel.
- Gutiérrez Martínez, Daniel (2010). Heurística de las identidades colectivas y las identificaciones. En Gutiérrez Martínez, Daniel (coord.). *Epistemología de las identidades. Reflexiones en torno a la pluralidad*. México, D. F.: UNAM.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Innerarity, Daniel (2020). *Una teoría de la democracia compleja*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Kampfner John (2011). *Libertad en venta. ¿Por qué vendemos democracia a cambio de seguridad?* (María Enguix Tercero, trad.). Barcelona: Ariel

- Keane, John (2018). *Vida y muerte de la democracia*. Ciudad de México: INE/ Fondo de Cultura Económica.
- Lazarsfeld, Paul, Berelson, Bernard y Hazel Gaudet, 1948. *The people's choice: How the voters makes up his mind in a Presidential campaign*. Nueva York: Columbia University Press.
- Levitin, Daniel (2019). *La mentira como arma*. Madrid: Alianza.
- Lewis-Beck, Michael, Jacoby, William, Norpoth, Helmut, y Weisberg, Herbert (2008). *The American Voter Revisited*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- Lipset, Seymour Martin (1987). *El hombre político. Las bases sociales de la política*. Madrid: Tecnos.
- O'Donnell, Guillermo (2005). Why the rule of Law matters. En Diamond, Larry y Morlino, Leonardo (eds.) *Assessing the quality of democracy*. Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.
- Offen, Karen (2015). *Feminismos europeos, 1700-1950. Una historia política*. Madrid: Akal.
- Paenza, Adrián (2021). «El daño causado por relacionar vacunas y autismo», pagina12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/374613-el-dano-causado-por-relacionar-vacunas-y-autismo>
- Revilla, Juan Carlos; Jefferys, Steve y Tovar Martínez, Francisco José (2013). «Collective identities in the age of restructuring: Old and new class, space and community-based identities in six European regions», *International Sociology*, vol. 28, no. 4, pp. 391-408.
- Robinson, William (1950). «Ecological correlations and the behavior of individuals», *American Sociological Review*, vol. 15, no. 3, pp. 351-357.
- Stavrakakis, Yannis (2010). *La izquierda lacaniana. Psicoanálisis, teoría, política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Valenzuela, Arturo (1999). Chile: Origins and consolidation of a Latin America Democracy. En Diamond, Larry, Hartlyn, Jonathan, Linz, Juan J. y Lipset, Seymour Martin (eds). *Democracy in Developing Countries. Latin America*. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.
- Wittgenstein, Ludwig (1988). *Investigaciones filosóficas*. México, D. F.: UNAM.

VOTO NUEVOLEONÉS EN PERSPECTIVA: CONTINUIDADES Y RUPTURAS

Juan Carlos Montero Bagatella

INTRODUCCIÓN

Nuevo León destaca por ser un estado que cuenta con un mapa político plural. Desde 1991, se configuró un sistema bipartidista entre el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN), el cual se rompería a partir de la elección local de 2012. Los gobiernos divididos y yuxtapuestos han sido una constante, al igual que las alternancias en los Ejecutivos estatal y municipales, así como en las mayorías al interior del Legislativo estatal. Además, la emergencia de nuevos actores como candidaturas independientes, así como los partidos Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) y Movimiento Ciudadano (MC), han reconfigurado el sistema de partidos y los equilibrios de poder.

A pesar del dominio del PRI y el PAN, en años recientes se ha configurado un mapa político plural (Berlanga y Vázquez, 2009, p. 27). Durante el periodo 1991-2024 ningún partido ha concentrado todo el poder político, sino que se ha distribuido entre los distintos puestos de representación como consecuencia de una división del voto, lo cual muestra que el electorado nuevoleonés vota de

manera diferenciada en elecciones locales, federales y depende de los distintos cargos de elección, configura los Gobiernos divididos y yuxtapuestos.

Los procesos electorales de 2015, 2018 y 2021 reconfiguraron el sistema de partidos a partir de la incorporación de nuevos actores. En 2015 y 2021 se eligieron Gobernadores que no provenían de los partidos dominantes, sin alterar el bipartidismo en la distribución de Presidencias Municipales y de los espacios legislativos locales y federales. Por otro lado, la elección de 2018, cuando se renovarían los Legislativos federal y estatal, además de la Presidencia de la república, alteraría la distribución política en el Congreso Local, así como en la distribución de distritos electorales federales y el Senado con la incorporación del partido Movimiento de Regeneración Nacional y de Movimiento Ciudadano.

El objetivo del trabajo es identificar los elementos determinantes del voto nuevoleonés, al brindar especial atención a los procesos de cambio y continuidad en los sistemas de partidos. Por esa razón, en el siguiente apartado se exponen las consideraciones teóricas sobre los determinantes de la estabilidad y cambio en los sistemas de partido. En segundo lugar, se analiza el sistema de partidos en Nuevo León, al estudiar especialmente la forma como el electorado nuevoleonés ha tradicionalmente dividido su voto e impulsado los procesos de estabilidad y cambio. Finalmente, se analizan los procesos de estabilidad y cambio desde las características del perfil del elector nuevoleonés, para lo cual se emplearán los resultados de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral y los resultados de seis grupos de enfoque a electores de 18-65 años, los cuales fueron realizados por la empresa MMT Soluciones, S. A. de C. V., para buscar responder a la pregunta «¿Qué ha llevado al electorado nuevoleonés a votar en favor de las distintas alternativas políticas que han reconfigurado el sistema de partidos y los equilibrios de poder en el estado?».

ESTRUCTURACIÓN, DESESTRUCTURACIÓN Y PROCESO DE CAMBIO EN LOS SISTEMAS DE PARTIDOS

Los sistemas de partidos se configuran de acuerdo con la relación que establecen los partidos políticos entre sí, con el Gobierno y la ciudadanía. Dichas relaciones y, en consecuencia, la estabilidad del sistema, dependen de múltiples variables, entre las que destacan el número de partidos, su ubicación e intensidad ideológica y su fuerza política (Sartori, 2005; Downs, 1957).

En sistemas presidenciales, la estabilidad en el sistema de partidos significa la necesidad del Ejecutivo de contar con mayorías dentro del Legislativo que le permitan impulsar su agenda de Gobierno (Lijphart, 2000). Cuando la oposición controla la mayoría legislativa, según sea la distancia e intensidad ideológica con respecto del Ejecutivo, estará dispuesta a negociar u obstaculizar la agenda gubernamental, lo cual determina distintos niveles de conflicto que incluso pueden llevar a la parálisis gubernamental o la quiebra del régimen democrático (Linz, 1990). La estabilidad del sistema de partidos no significa la ausencia de cambios ni de conflicto, sino la capacidad de administrarlo sin modificaciones abruptas, más bien incrementales, por la coalición mayoritaria.

El número de escaños con que cuenta cada partido determina su capacidad para impulsar u obstruir la agenda de Gobierno. Mientras mayor sea el número de escaños con que cuente cada partido, menor será la necesidad y el costo de negociar con otros, pero mientras el tamaño de los actores no permita la formación de mayorías para garantizar la gobernabilidad, se incrementa la necesidad de incluir nuevos actores en la coalición, lo cual incrementa también los costos políticos por la negociación (Tsebellis, 2006, p. 108). El aumento en los costos de negociación para los partidos mayoritarios también significa que los partidos medianos y pequeños, quienes por sí solos no pueden formar mayorías, incrementan su valor político,

lo que les permite obtener grandes beneficios políticos al chantajear al partido más grande e interesado en la construcción de la alianza (Pasquino, 2020, p. 22).

Cuando la oposición constituye la coalición mayoritaria, la capacidad de negociar con el Ejecutivo está determinada por la distancia e intensidad ideológica, así como por la competitividad en la elección del Ejecutivo (Sartori, 2005, p. 159). Cuando los actores son cercanos ideológicamente, a pesar del número de actores, su fuerza y diferencias ideológicas, no se generan cambios abruptos en el sistema político, por lo que este tiende a mantenerse estable y la oposición tiende a negociar. Sin embargo, cuando existen importantes diferencias ideológicas, el sistema tiende a incrementar su inestabilidad, especialmente cuando la fuerza entre actores se equilibra e incrementa la posibilidad de cambios políticos abruptos y constantes al cambiarse la conformación de las coaliciones mayoritarias (Downs, 1957; Pasquino, 2020).

La intensidad ideológica de los partidos determina su disposición para negociar, mientras mayor sea el apego a su ideología, menor será su disposición para negociar, mientras sea más moderada su postura, estará más abierto a la negociación (Sartori, 2005). Los incentivos para la radicalización o moderación partidista se generan a partir del número de partidos y de la competitividad electoral, especialmente de la elección presidencial. Mientras mayor sea el número de partidos, los de centro tienden a concentrar la mayoría del electorado y los más pequeños son quienes tienden a radicalizar su discurso con el objetivo de distinguirse del resto (Sartori, 2005, p. 174). Por otro lado, ante contextos muy competitivos en la elección del Ejecutivo, cuando la oposición tiene altas probabilidades de convertirse en Gobierno en elecciones siguientes, cuenta con incentivos para no negociar con el régimen, criticarlo e incluso obstruirlo para aprovechar políticamente su fracaso, pero cuando las elecciones son poco competitivas y la oposición tiene pocas probabilidades de reemplazar al Ejecutivo, tiene mayores incentivos para fungir como

una oposición leal al Gobierno, al negociar y apoyarlo a cambio de recibir beneficios para el partido (Linz, 1990, p. 57).

Los sistemas de partidos estables o consolidados implican la participación de actores constantes a través del tiempo, configuran coaliciones dominantes estables que permiten el desarrollo de su agenda de Gobierno y favorecen su identificación entre el electorado (Panbianco, 1982, p. 89; Luján y Schmidt, 2018, p. 222). Entre los elementos que permiten observar el cambio en el sistema destaca la aparición de nuevos actores que retengan la coalición mayoritaria, ya sea por su tamaño, como por la opción ideológica que represente y la popularidad o aversión hacia las políticas impulsadas por la coalición gobernante (Cox y Rosenbluth, 1995, p. 358). En consecuencia, se observa un sistema de partidos inestable ante cambios en las coaliciones mayoritarias que a su vez impulsen cambios abruptos y constantes (Pasquino, 2020, p. 29).

En el caso de Nuevo León, el surgimiento de nuevos actores como candidaturas independientes, Morena y MC parece impulsar cambios en el sistema de partidos. En este sentido, en este trabajo se busca exponer los procesos de continuidad y cambio en el sistema partidista, al brindar una explicación de estos procesos desde el análisis del perfil del electorado nuevoleonés. En particular, se expondrá la forma en que el electorado del estado decide su voto, así como los criterios que le pudieron llevar a la elección de nuevos actores y, en consecuencia, a la posible reconfiguración del sistema de partidos.

Entre las múltiples explicaciones sobre la división del voto, se encuentran aquellas que consideran a los votantes como electores estratégicos, quienes intencionalmente buscan dividir los poderes públicos (Ames, Baker y Renno, 2009, pp.10-11; Burden y Helmke, 2009, pp. 3-4), lo que requiere de hacer una clara diferenciación del electorado en los temas relativos a cada elección local o federal (Bechtel, 2012, pp.171-172; Idrobo, 2020, p. 36). Aunque también se ha encontrado que la complejidad en el ejercicio del voto, como

puede ser el caso de múltiples coaliciones electorales poco claras o confusas, puede derivar en la división del voto (Carman y Johns 2010, pp. 385-386).

El voto también se puede explicar como la decisión de elegir por una opción con mayores posibilidades de ganar que su opción preferida (Cox, 1995, p. 362; Karp *et al.*, 2002, pp. 3-4; Astudillo y Rondon, 2013; Guzmán y Ramírez, 2015) o también como una crítica del electorado hacia los partidos (Moreno y Méndez, 2007), lo cual expone un elemento de debilidad del sistema de partidos cuando existe alta volatilidad y fragmentación electoral (Luján y Schmidt, 2018, p. 223; Muñoz 2016, pp. 125-126).

Otro elemento para tomar en cuenta al explicar el sentido del voto es la relación de las elecciones federales y locales. En trabajos que han analizado la concurrencia de elecciones en sistemas presidenciales se observa la influencia de las elecciones de Ejecutivos sobre las legislativas (Burden y Helmke, 2009, pp. 3-4); adicionalmente, en sistemas federales se observa la influencia «de arriba a abajo», cuando la política nacional influye los resultados en elecciones locales, o «abajo hacia arriba», cuando la política local influye en los resultados de las elecciones federales (Bechtel, 2012, pp. 171-172; Spoon y Jones West, 2020, pp. 148-150). Dichas observaciones pueden ser adecuadas para explicar el caso de Nuevo León, ya que los comicios en que se elige al Ejecutivo federal concurren con las intermedias locales, lo que actualiza la influencia de la elección de Ejecutivo sobre la de Legislativos, así como la federal sobre la local; por otro lado, la votación de Ejecutivo estatal concurre con las intermedias federales, por lo que la elección de Gobernador podría influir la legislativa federal y local, en un efecto «de abajo hacia arriba».

En el siguiente apartado se expondrá la configuración del sistema de partidos en Nuevo León en el periodo 1991-2024. El objetivo es identificar los procesos de continuidad y cambio, los equilibrios en el sistema de partidos, así como el surgimiento de nuevos actores que pudieran conducir a la desestructuración y cambio en el sistema.

CONTINUIDADES Y RUPTURAS EN EL SISTEMA DE PARTIDOS

La lucha política en el estado se incrementó a partir de los años 80 y 90, con las denuncias expuestas por el PAN de presuntos fraudes electorales a nivel municipal y estatal (Reveles, 2002, p. 217; Merino, 2014). Sin embargo, sería hasta 1997 que el PAN alcanzaría la victoria en la elección de Gobernador, al configurar la primera alternancia política; además, alcanzaría un importante número de Diputaciones Locales que le permitiría contar con importante fuerza política en el Congreso Local (Lujambio, 2000, p. 47).

Las elecciones de 1997, ganadas por el PAN, así como las de 2009, con triunfo del PRI, serían muy competitivas, mientras que en las de 2003 y 2015 los ganadores alcanzan el triunfo con una importante diferencia, tal como se expone en la Tabla 1, en la que se encuentra el margen de victoria, indicador que resulta de la diferencia entre el partido ganador y el segundo lugar en la elección.

TABLA 1
PORCENTAJE DE VOTACIÓN EN ELECCIONES DE GOBERNADOR

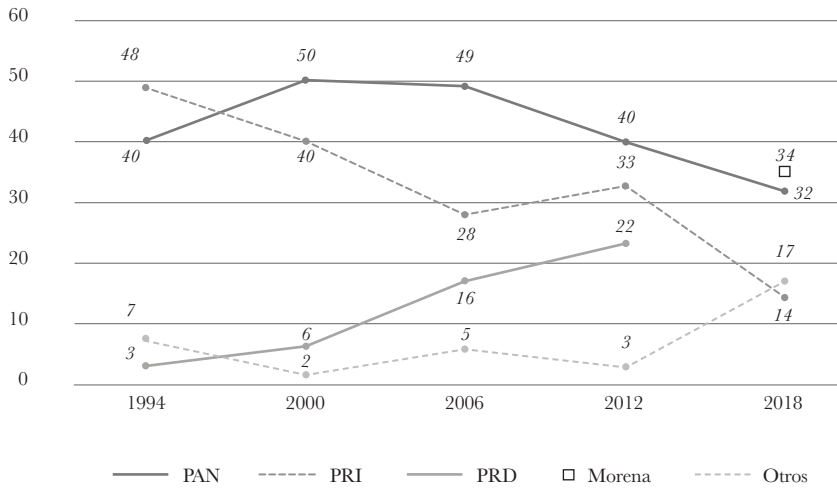
	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>Independiente</i>	<i>MC</i>	<i>Margen de victoria</i>	<i>Participación electoral</i>
1991	33.30	63.10	-	-	29.8	60.60
1997	48.71	42.07	-	-	6.64	72.67
2003	34.90	58.49	-	-	23.59	53.94
2009	43.38	49.01	-	-	5.63	54.61
2015	22.32	23.85	48.82	-	24.97	58.7
2021	18.33	27.9	-	36.71	8.81	51.15

Fuente: elaboración propia con base en Instituto Mexicano de Mercadotecnia (2008) y Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2019; 2021b).

Entre 1991-2009 se configura un claro bipartidismo entre PRI y PAN. Si bien son los principales contendientes por el Gobierno del

estado, también son cercanos ideológicamente, lo que permite afirmar que se trata de un bipartidismo estable. A pesar de que la mayoría legislativa es controlada por la oposición en las legislaturas 2006-2009 y 2012-2015 (véase la Tabla 2), la cercanía ideológica entre los partidos reduce la posibilidad de cambios abruptos en el sistema político. Sin embargo, la elección de dos Gobernadores, quienes no provenían de los partidos dominantes en el estado en las elecciones de 2015 y 2021, ha generado diversos cuestionamientos sobre el funcionamiento del sistema.

GRÁFICA 1
PORCENTAJE DE VOTACIÓN POR PARTIDO PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN¹



Fuente: elaboración propia con base en Instituto Nacional Electoral (2019).

1 En la elección a la Presidencia participan múltiples alianzas. En la Gráfica 1, se agregaron los votos de los distintos partidos al partido más grande que integró la alianza. En el 2018 el PRD participó en la alianza «Por México al Frente», integrada por PAN, PRD y MC, se considera únicamente como votación del PAN.

En una dirección similar, la elección de Presidente de la república también ha configurado un bipartidismo en el estado, el cual fue roto en 2018 con la aparición de Morena, tal como se expone en la Gráfica 1.

La concurrencia de las elecciones federales con las locales implica dos diferentes momentos que pueden determinar si el elector decide su voto en función de su evaluación a la política nacional o local. De acuerdo con los postulados expuestos en el apartado anterior, se puede considerar que la elección del Ejecutivo influye en las legislativas y las elecciones nacionales y locales tienden a influirse mutuamente según su capacidad de capturar la atención del elector. Esta hipótesis se confirma parcialmente al observar como la elección de Presidente de la república impulsa los resultados en las elecciones legislativas, tanto estatales como federales, pero es la elección de Gobernador la que influye a las legislativas cuando así concurren, tal como se expone en la Tabla 2.

Por un lado, en las elecciones de Gobernador entre 1991-2009 el partido ganador también obtiene el mayor número de Diputados, mientras que en 2015 (si se recuerda que el ganador fue un candidato independiente) el partido que ocupa el segundo lugar es el que obtiene la mayoría en las elecciones legislativas. Solo en 2021 se observa un resultado dividido, toda vez que el ganador de la Gubernatura fue MC, el PRI quedó en segundo lugar, pero ganó la mayoría de las Diputaciones Federales, y el PAN, que ocupó el tercer lugar en la elección de Gobernador, obtendría la mayoría en el Congreso Local y el segundo lugar en el número de Diputaciones Federales. Además, se debe señalar que las elecciones legislativas estatal y federal reiteran la configuración del bipartidismo entre PRI y PAN en el periodo 1991-2024.

Las elecciones presidenciales tienen el mismo efecto, ya que, en las elecciones de 1994, 2000, 2006 y 2018 el partido que gana la elección en el estado también gana la mayoría en las elecciones legislativas. Sin embargo, en la elección de 2012 el PAN gana la elección presidencial y la mayoría de las Diputaciones Federales, pero no así las estatales.

TABLA 2
INTEGRACIÓN DEL CONGRESO LOCAL²

<i>Periodo</i>	<i>Congreso Local</i>								<i>Distritos electorales federales</i>		
	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>	<i>PT</i>	<i>PVEM</i>	<i>MC</i>	<i>Morena</i>	<i>Otro</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>Morena</i>
1991-1994	13	26	0	0	0	0	0	1		11	-
1994-1997	17	22	1	2	0	0	0	0	2	9	-
1997-2000	24	14	2	2	0	0	0	0	8	3	-
2000-2003	23	16	1	2	0	0	0	0	7	4	-
2003-2006	11	26	1	3	0	1	0	0	1	10	-
2006-2009	22	15	3	0	0	0	0	2	7	5	-
2009-2012	17	20	1	1	1	0	0	2	4	8	-
2012-2015	20	15	2	2	0	0	0	3	8	4	-
2015-2018	19	16	0	1	2	3	0	1	8	4	-
2018-2021	16	8	0	0	1	3	13	1	5	1	6
2021-2024	15	14	0	0	2	6	3	2	4	6	2

Fuente: elaboración propia con base en Instituto Nacional Electoral (2015; 2018; 2021).

TABLA 3
ELECCIÓN DE SENADORES EN NUEVO LEÓN

<i>Periodo</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>	<i>MC</i>	<i>Morena</i>	<i>Otros</i>
1991	24	65.32	1.1	-	-	4
1994	39.46	47.89	2.07	-	-	8.15
2000	45.95	38.94	9.06	-	-	4.02
2006	43.40	40.66	7.98	-	-	4.38
2012	36.21	37.04	8.78	-	-	11.91
2018	23.49	19.12	0.77	24.23	21.70	7.56

Fuente: elaboración propia con base en Instituto Nacional Electoral (2015; 2018).

2 La integración se hace en función de los resultados electorales y asignación de Diputados de representación proporcional por partido, no se consideran los cambios de partido por parte de los Diputados en su ejercicio.

El número y tamaño de los partidos se incrementa en 2018 debido a la irrupción de Morena, lo que parecía abrir la posibilidad de un realineamiento electoral (Sirvent y Montiel, 2001). Sin embargo, en la elección de 2021, Morena perdió la mayoría de los espacios, lo cual permitió la recomposición del bipartidismo PAN-PRI.

Las elecciones de Senadores refuerzan la observación sobre la influencia presidencial en las elecciones legislativas, pero con mayores niveles de competitividad, tal como se expone en la Tabla 3.

Al igual que en las elecciones de Diputados Locales y Federales, el partido que gana la Gubernatura en 1991, así como las presidenciales en 1994, 2000, 2006 y 2012, vence en las elecciones al Senado de la República. El caso que rompe con la afirmación anterior es el resultado de la elección de 2018, ya que Morena triunfa en la elección presidencial en el estado, pero queda en tercer lugar en la elección de Senadores. La elección la gana MC, con un candidato propio, deja al PAN en segundo lugar, lo cual es coherente con la estabilidad de su votación, y el PRI en cuarta posición.

En las elecciones municipales se puede observar un comportamiento similar, en las cuales el mapa es dominado por un bipartidismo formado por PRI y PAN, incluso lleva a la configuración de Gobiernos yuxtapuestos, en que la capital del estado cuenta con un Gobierno por un partido distinto al del Ejecutivo estatal (de Remes 2002), pero que tendría un cambio importante en los periodos 2015-2018 y 2018-2021, tal como se muestra en la Tabla 4.

La Tabla 4 expone una mayor pluralidad en el estado, pero también la concentración del poder político entre el PAN y el PRI quienes se mantienen como las principales fuerzas políticas. Si bien el PRI controla la mayoría de los municipios en la entidad, el PAN tiene importante presencia en la zona metropolitana de Monterrey, donde se concentra la gran mayoría de la población. Debe destacarse además que en la zona metropolitana de Monterrey se ha incrementado la participación de candidatos independientes, al alcanzar su primera victoria en el municipio de García en 2015 y en

Ciénega de Flores, García, Mier y Noriega, así como San Pedro Garza García en 2018 y 2021 (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016; 2019).

TABLA 4
NÚMERO DE MUNICIPIOS POR PARTIDO POLÍTICO

Periodo	Número de municipios por partido			Gobernador
	PAN	PRI	Otro	
1991-1994	5	46	-	PRI
1994-1997	6	44	1	
1997-2000	14	35	2	PAN
2000-2003	15	35	1	
2003-2006	9	40	2	PRI
2006-2009	16	32	3	
2009-2012	15	33	3	PRI
2012-2015	13	32	6	
2015-2018	18	23	10	Independiente
2018-2021	15	21	7	
2021-2024	16	14	21	MC

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2013; 2016; 2018b; 2021; CIDAC, 2015).

En conclusión, se muestra con claridad que las elecciones de los Ejecutivos impulsan a las legislativas, y destaca que la elección del Ejecutivo federal estimula las legislativas local y federal, en un efecto «de arriba hacia abajo», mientras que en los comicios del Ejecutivo estatal, el efecto es de «abajo hacia arriba», al influir los resultados estatales y federales. La división del voto no es tan constante como se asumía al inicio del trabajo, configura pocos Gobiernos divididos, aunque a nivel municipal se observa un mapa diferente. Finalmente, se puede señalar que, si bien el 2015 y 2021 han llevado a la elección de gobernadores no emanados del bipartidismo, el bipartidismo se

mantiene en el poder legislativo y las presidencias municipales, por lo que no se puede hablar de un cambio significativo en el sistema de partidos en el estado. Para tratar de explicar este comportamiento electoral, en el siguiente apartado se expondrá el perfil del electorado nuevoleonés y se analizarán los cambios en el sistema de partidos a partir de las características del elector y de la teoría sobre los cambios en los sistemas de partidos.

PERFIL DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS: ¿CÓMO SE DECIDE POR QUIÉN VOTAR?

La configuración, cambio y estabilidad del sistema de partidos depende del sentido en que el elector ejerce su voto. Al respecto, en estudios anteriores se ha expuesto que el electorado nuevoleonés no ejerce su voto por costumbre, sino que realiza una evaluación de los resultados gubernamentales y el perfil de los candidatos en contienda, al colocar en un papel secundario su identificación ideológica (Montero, 2019; Vázquez y Ruiz, 2019).

Para realizar el análisis siguiente se contó con la base de datos elaborada a partir del levantamiento de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral y las transcripciones de seis grupos de enfoque a electores de 18-65 años, los cuales fueron realizados por la empresa MMT Soluciones, S. A. de C. V. por encargo de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

En el ejercicio similar realizado en 2019 por la Comisión Estatal Electoral, la ciudadanía participante expuso que dividen su voto intencionalmente en función de los candidatos con mayores probabilidades de ganar y para que no triunfe la opción antagónica. Destaca que la mayoría se identificó ideológicamente con el PAN y en segundo lugar con el PRI, y considera a Morena como principal antagonista; mientras que quienes se identifican con Morena antagonizan

principalmente con el PRI, al enfatizar que después de Morena, el PRI era el partido que genera mayor antagonismo entre el electorado participante en dicho ejercicio (Montero 2019, p. 59).

En la encuesta realizada en 2021, se reitera que el electorado se interesa en la política, se informa sobre la política local y nacional, evalúa a los distintos Gobiernos, vota privilegiando el perfil y plan de Gobierno de los candidatos y coloca la identificación partidista en una posición secundaria para decidir el sentido de su voto.

Quienes participaron del ejercicio se reconocieron como interesados o muy interesados (58%) en la política, frente a quienes se sienten poco o nada interesados (42%). Además, al preguntar sobre si en ese momento se interesaban en las campañas electorales, señalaron su interés principal hacia la elección federal que la local. En la misma dirección, al preguntar si durante el proceso electoral brindaron seguimiento a alguna campaña específica en redes sociales, la gran mayoría respondió que no lo hacía (73.7%).

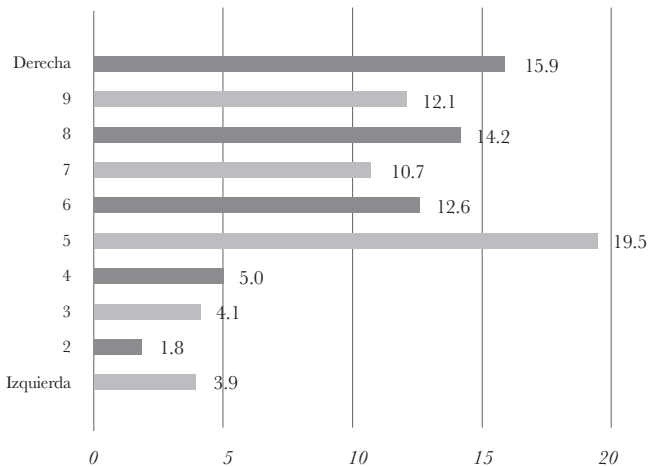
Al preguntar a quienes participaron si ejercen su voto por el mismo partido o si votan de manera fragmentada según los candidatos, 64.9% respondió que vota de acuerdo con el candidato. Esta consideración fue reforzada a través de los grupos focales, en los cuales señalaron que no importa tanto el partido sino el perfil del candidato y la evaluación que se hace sobre la viabilidad de sus propuestas y su honestidad. Además, al preguntar si han votado por candidatos sin importar su partido, 53.7% respondió que sí lo han hecho, al considerar como características principales para evaluar al candidato su liderazgo, la confianza que genera, su honestidad y experiencia. Al preguntar sobre las cualidades que privilegiaban al ejercer el voto, quienes participaron respondieron valorar las cualidades y plan de Gobierno de la candidatura.

En la misma dirección, al preguntar si los electores se identificaban con algún partido político, 60.5% respondió que no lo hacía, pero 34.2% de quienes sí lo hicieron se identificaban principalmente con el PRI (40%), en segundo lugar, con el PAN (25%) y en tercero

con el partido Nueva Alianza (15%), en un ligero cambio con respecto a la encuesta realizada en 2019, en la cual la mayoría se reconocían más con el PAN que con el PRI. Destaca además que al preguntar por qué votaban por el mismo partido, la mayoría respondió que por tradición familiar (30.9%), en segundo sitio por costumbre (28.6%) y hasta el tercero por identificación ideológica (26.9%).

En términos de distribución ideológica, el electorado nuevoleonés se identifica mayormente como de derecha y muy poco de izquierda, como se expone en la Gráfica 2.

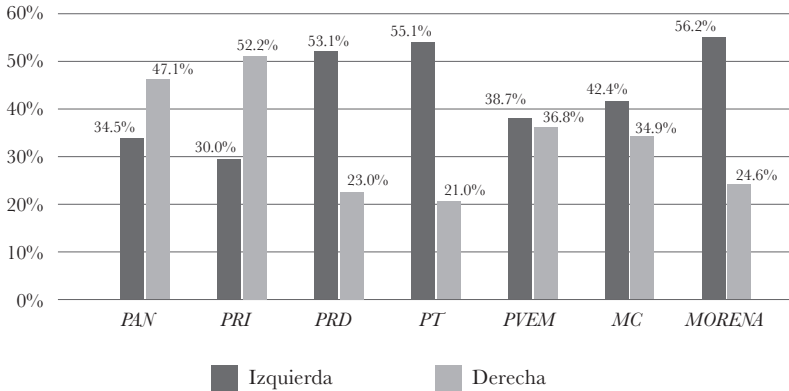
GRÁFICA 2
IDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS (%)



Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021a).

En esta misma dirección, al preguntar sobre la vinculación entre los partidos y las ideologías, los partidos identificados como de derecha fueron principalmente el PRI y el PAN, mientras que los de izquierda fueron Morena y el PT. Al respecto, destaca la posición de MC, quien es más identificado como derecha, aunque bien se le puede definir como un partido de centro, como se expone en la Gráfica 3.

GRÁFICA 3
IDENTIFICACIÓN IDEOLÓGICA DE LOS PARTIDOS SEGÚN EL ELECTORADO
NUEVOLEONÉS



Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021a).

Con el objetivo de identificar la aversión hacia ciertos partidos, al preguntar por qué partido nunca votarían, los electores respondieron mayoritariamente que no lo harían en favor del PRI (27.2%), Morena (12.2%) y el PAN (11.4%). En este punto destaca un cambio importante con respecto a la encuesta de 2019, ya que Morena no concentra la aversión, sino que es el PRI quien lo hace.

La aversión hacia los partidos políticos y los bajos niveles de confianza han cobrado fuerza en todo el mundo, y México y Nuevo León no han escapado de dicha tendencia (Smith, 2019). Al abordar el tema de aversión hacia los partidos y candidatos, en los grupos focales se planteó el tema de las candidaturas independientes, al considerar el desempeño del primer Gobernador independiente en el periodo 2015-2021. Al respecto, los participantes de los grupos focales consideraron que no había ninguna diferencia entre las candidaturas independientes y los partidos políticos, y que valoraban las mismas características que con cualquier candidato. Además, se mostraron

decepcionados por el desempeño del Gobernador independiente (2015-2021), debido a la falta de obra pública, el incumplimiento de promesas como la baja a la tarifa de transporte y el mentir a la ciudadanía al postularse como candidato a la Presidencia de la república, a pesar de que en campaña había prometido no hacerlo. Se debe notar que, a pesar de la desconfianza y aversión hacia los candidatos, estas no se han traducido en reducción en los niveles de participación, probablemente por ser el elector nuevoleonés un votante estratégico que valora su participación como determinante del resultado electoral. Sin embargo, si en los procesos electorales los perfiles de los candidatos y su capacidad de comunicación política no mantienen la atención ciudadana, se pueden reducir los niveles de participación

Entre los elementos que han cuestionado al bipartidismo en el estado se observaron varios resultados, entre los cuales destacan la victoria del PRI en la elección de Presidente de la república en el 2012, pero votando mayoritariamente por el PAN en las elecciones legislativas; la victoria de un candidato independiente en la elección por la Gubernatura en 2015; la de Morena en la elección presidencial en 2018, así como las victorias de MC en la elección de Senadores en 2018 y de Gobernador en 2021.

A partir de la observación de los criterios que los electores toman en cuenta para decidir el sentido de su voto, se puede considerar que los resultados mencionados son consecuencia de la evaluación de los candidatos, al considerar su perfil y propuestas, por encima de la autoidentificación partidaria. Al respecto, destaca el resultado de la elección presidencial en 2018, por la victoria de un partido de izquierda, cuando el electorado nuevoleonés se identifica principalmente con la derecha. Esto se puede explicar a partir de la aversión política hacia el resto de los partidos (Rosiles, 2021, pp. 125-131).

Entre los resultados electorales que más han llamado la atención destacan las victorias de MC en la elección de Senadores en 2018 y la Gubernatura en 2021. El resultado requiere de un análisis profundo, pero se puede señalar la postulación de un candidato joven, con

un perfil novedoso, fuera del espectro de los partidos tradicionales, quien además empleó las redes sociales como un mecanismo novedoso para promoverse, comunicar sus mensajes y explotar la aversión y desconfianza hacia los partidos tradicionales (Montero, 2017).

El surgimiento de MC en Nuevo León incorporó nuevos perfiles políticos, especialmente jóvenes y contrasta con el caso de Jalisco, el cual es producto de una escisión del sistema de partidos previo (Bussoletti, 2021); sin embargo, tanto en Nuevo León como en Jalisco, ha asumido un discurso antisistema moderado, más orientado al centroderecha.

Además, se debe recordar que para la elección presidencial el PAN, el PRD y MC formaron la coalición «Por México al Frente»; sin embargo, en Nuevo León no se constituyó, lo cual generó una importante confusión, ya que PAN y MC eran contrincantes en la elección de Senadores, pero aliados en la elección presidencial, lo que actualiza la hipótesis de que la división del voto pudo ser producto de confusiones al analizar las coaliciones electorales (Ames, Baker y Renno, 2009; Carman y Johns, 2010; Espinosa, Torres y Cruz, 2020).

Al considerar que el electorado nuevoleonés evalúa tanto al Gobierno en funciones como el perfil de los candidatos para decidir el ejercicio de su voto, destaca el conocer la forma como los ciudadanos se enteran y brindan seguimiento a los asuntos políticos como a las campañas. Al respecto, la gran mayoría respondió que por medio de la televisión (59.2%) y en segundo lugar a través de Facebook (20.8%). Sin embargo, en los grupos focales se mencionó reiteradamente la importancia de las redes sociales en general para enterarse de la política local y nacional, muchas veces a través del intercambio de memes, como de información que puede o no ser verídica. En la misma dirección, al preguntar sobre la importancia de los medios de comunicación como fuentes de información, tanto los medios tradicionales como los digitales se han convertido en importantes fuentes de información como se expone en la Tabla 5.

TABLA 5
FUENTES DE INFORMACIÓN POLÍTICA DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS

	<i>Muy importante</i>	<i>Algo importante</i>	<i>Poco importante</i>	<i>Nada importante</i>
Televisión abierta	57.5	24.0	7.4	5.4
Radio	39.8	27.7	9.5	10.5
Periódicos impresos	30.7	31.4	12.2	10.6
Facebook	28.4	38.6	14.3	8.1
Televisión por internet	23.4	29.7	14.0	11.9
Revistas impresas	21.3	32.8	13.2	15.2
YouTube	17.3	34.6	18.0	15.0
Medios alternativos	15.6	31.8	15.9	16.5
Radio por internet	15.1	31.0	15.7	14.7
WhatsApp	14.6	35.6	19.6	17.1
Periódicos digitales	12.4	33.4	17.7	16.0
Revistas digitales	11.9	31.9	16.5	16.4
Instagram	9.9	27.5	20.1	21.0
Twitter	8.1	29.7	21.5	19.3
Tiktok	6.2	19.1	18.8	21.4

Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021a). Se han sustraído los datos correspondientes a las respuestas «No aplica», «No sabe» y «No».

De acuerdo con la Tabla 5, el electorado brinda el mayor peso a medios tradicionales como la televisión, radio y periódicos, pero al observar la respuesta «Algo importante», los medios digitales tienen mayor peso que los medios tradicionales. Una diferencia importante entre los medios tradicionales y los digitales es que los contenidos en los primeros se tienen que buscar, es decir, se tiene que sintonizar un noticiero, tanto en televisión como en radio, o adquirir un periódico, lo cual sucede también con periódicos y revistas digitales; pero en el caso de medios como las redes sociales, los contenidos no son buscados, sino que son recibidos (Parra, 2020). Mientras que en el primer caso el elector es un sujeto activo en busca de contenido,

en el segundo es pasivo y puede ser más vulnerable a aceptar información falsa, lo cual puede ser aprovechado para dispersar información falsa e incluso agresiva (Vallejo, 2021). Adicionalmente, las redes sociales brindan la posibilidad de hacer de las campañas un proceso de comunicación interactiva entre las candidaturas y el público (Norris, 2002), lo cual ha modificado sustancialmente la forma de hacer política en distintos países como los Estados Unidos, España, Colombia, entre otros (Trejos, 2020).

La Tabla 5 expone la fuerza que han cobrado las redes sociales especialmente sobre los jóvenes, lo que permite difundir rápidamente mensajes, lo cual contribuye a construir y destruir figuras políticas (Aguirre, 2019). En este sentido, al preguntar a los electores si habían recibido información falsa por algún medio digital, ampliamente respondieron que no, lo que lleva a cuestionar si realmente los electores validaron la información que recibían o si solo creen que la información recibida era verídica sin validarla. Esta situación, junto con el escaso interés prestado a las campañas y de que no se daba el seguimiento a las campañas, permite considerar que el electorado nuevoleonés no busca la información sobre los candidatos y los partidos, sino que más bien recibe la información, lo cual permite afirmar que el elector es muy vulnerable a ser influido por la información difundida en medios, sin importar si es verídica o no, ya que el elector no tiende a verificarla.

Las redes sociales y los mecanismos de comunicación a través de ellas jugaron un rol determinante en las elecciones de 2015 y 2021. En especial, las elecciones de 2021 llevaron a discutir el rol de los llamados «influencers» como líderes de opinión política, papel que incluso tuvo que ser abordado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el objetivo de diferenciar en qué momento sus participaciones constituyen el ejercicio de la libertad de opinión y cuando un acto de propaganda política. En distintas partes del mundo se ha identificado como las redes sociales han configurado nuevas formas de hacer política, en las cuales los políticos y las personas

son tratados como «marcas», lo que permite a los influencers desarrollar nuevos mecanismos de publicidad en su favor (Fernández, Hernández-Santaolalla y Sanz-Marcos, 2018). Entre su impacto, se ha identificado la capacidad de las redes sociales de comunicar nuevos mensajes, ideas y personalidades, llevando incluso a la elección de candidaturas más jóvenes, independientes o diferentes de los partidos tradicionales (Trejos, 2021), así como exacerbar temas políticos y polarizar las discusiones (Pérez-Curiel y Linón, 2019).

A partir de la forma como el electorado nuevoleonés se entera y da seguimiento a los temas políticos y campañas electorales mostrados en la Tabla 5, debe considerarse a las redes sociales como una caja de resonancia que ha permitido a candidatos que no provengan del bipartidismo tradicional ganar distintas elecciones (Smith, 2019). La suma de factores como la desconfianza y aversión hacia los partidos, especialmente hacia el PRI, la crítica hacia el Gobierno en funciones, más la postulación de candidaturas con perfiles atractivos para los electores, junto con su capacidad de utilizar las redes sociales para alcanzar a la ciudadanía permiten explicar el resultado de las elecciones de 2015 y 2021, el cual llevó al Gobierno a candidaturas no pertenecientes al bipartidismo tradicional en el estado. Sin embargo, como se expondrá a continuación, a pesar de que las elecciones de Gobernador tienden a impulsar a sus partidos en las elecciones municipales y legislativas, esto no será así ni en 2015, ni en 2021.

Los resultados de las elecciones de 2015, cuando se eligió a un candidato independiente, y de 2021, con la victoria de MC, se pueden explicar a través de las siguientes hipótesis: a) la aversión hacia los partidos dominantes (Moreno y Méndez, 2007), b) el voto de castigo hacia los Gobiernos en funciones (Cox y Rosenbluth, 1995), c) el voto hacia un candidato con mayores probabilidades de ganar que la opción preferida pero cercana ideológicamente con el elector (Dror, 1957; Karp *et al.*, 2002), y d) el transfuguismo de un personaje con apoyo popular hacia otro partido o como candidato independiente (Ríos, 2009), entre otras.

Las cuatro hipótesis pueden expresarse de distintas maneras en un sistema electoral como el mexicano. La primera tendría como expresión electoral una baja participación o un incremento en los votos nulos al no contar con mecanismos para el ejercicio de un voto en blanco, el cual permitiría al elector canalizar dicha aversión y diferenciarla de ciertos partidos en ciertas jurisdicciones de todo el conjunto (Idrobo, 2020). Sin embargo, la participación electoral en el estado es superior al promedio de la participación nacional y tiende a mantenerse constante entre 51-54%, por lo que no se actualiza el supuesto; en cambio, se abre la posibilidad de considerar al electorado nuevoleonés como un votante estratégico que diferencia su voto en función de sus afecciones y desafecciones políticas (Rolfé, 2012; Mongrain, 2021; Idrobo, 2021).

Las tres hipótesis restantes no necesariamente impactan en los niveles de participación sino en el sentido del voto a través de elecciones, lo cual puede impulsar la votación de partidos o candidatos al absorber el apoyo de los electores que castiguen al Gobierno o decidan apoyar al candidato con más probabilidades de ganar, pero una vez pasada la elección tienden a recuperar el apoyo normal hacia los partidos políticos con que los electores se sienten más identificados y sobre todo si las elecciones no son tan competitivas (Sirvent y Montiel, 2001).

CONSIDERACIONES FINALES: ¿CÓMO VOTA EL ELECTORADO NUEVOLEONÉS?

El objetivo del trabajo ha sido identificar los determinantes del voto del electorado nuevoleonés que han definido los procesos de cambio y continuidad en los sistemas de partidos. Al respecto el trabajo ha expuesto un claro bipartidismo entre 1991-2024, el cual puede calificarse como estable por la cercanía ideológica entre los partidos. Sin embargo, las elecciones de 2018 supusieron la emergencia de dos

actores: Morena y MC. Por un lado, la elección presidencial impulsó a que Morena ganara la mayoría de los distritos federales, pero fueron recuperados por el bipartidismo en la elección de 2021. Por otro, MC postuló a un candidato con un perfil novedoso, quien supo aprovechar las redes sociales y que, después de ganar la elección de Senadores, se convertiría en Gobernador del estado.

A partir de estos datos se puede afirmar que las elecciones de Gobernador y las de Presidente de la república influyen en el resto de los comicios legislativos, locales y federales. De esta manera, se confirma el postulado teórico relativo a la influencia de las elecciones presidenciales sobre las legislativas y de las elecciones federales sobre las locales. Sin embargo, en torno al federalismo se debe acotar que la influencia «de arriba hacia abajo», si se considera la influencia de las elecciones federales sobre las locales, solo se actualiza cuando se trata de la elección presidencial, ya que al tratarse de la de Gobernador el influjo va en sentido inverso, de abajo hacia arriba, de lo local a lo federal.

A partir de 2015, con la elección de un Gobernador independiente, así como en 2018 la victoria en la elección presidencial del candidato de Morena, además del triunfo de MC en la elección de Senadores y, finalmente, la Gubernatura para MC en 2021, exponen un periodo de cambio en el sistema de partidos. Sin embargo, un hallazgo importante ha sido el exponer que la emergencia de nuevos actores a partir de 2015, como han sido las candidaturas independientes y los partidos Morena, así como MC, si bien han alcanzado puestos de representación en el Congreso Local y Presidencias Municipales, en realidad no ha alterado el balance de fuerzas. En consecuencia, a pesar de la emergencia de nuevos actores, se conserva en el estado un bipartidismo estable, con una fuerte identificación ideológica del electorado nuevoleonés hacia la derecha.

La configuración en el sistema de partidos está determinada por el voto del electorado nuevoleonés, por lo que el trabajo se propuso identificar los determinantes del voto, y considerar la pluralidad en el

escenario político en el estado. Por esta razón, se describió el perfil del electorado nuevoleonés a través de la encuesta más reciente realizada por la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León y los *focus groups* que se condujeron de manera complementaria. Además, se expuso la configuración del escenario político en el estado, al relacionar su configuración con las variables expuestas en el perfil del elector.

A partir de la revisión de la literatura, se elaboraron hipótesis sobre la estabilidad y cambio en los sistemas de partido, se destacó la importancia del número de partidos, su ubicación e intensidad ideológica y tamaño, las cuales fueron discutidas frente al escenario político electoral y los resultados de los ejercicios realizados por la Comisión Estatal Electoral.

Entre los resultados de la investigación destaca que, al igual que en otros sistemas presidenciales, el electorado nuevoleonés se concentra principalmente en las elecciones de Ejecutivos estatal y federal, por lo que los resultados de estas elecciones y el desempeño de los candidatos de los partidos más grandes influirán en el resto de las elecciones concurrentes. En consecuencia, para entender la configuración del sistema de partidos se debe brindar especial atención a las elecciones de Gobernador y la influencia de la elección presidencial en el estado.

En consecuencia, podemos afirmar de manera hipotética que el electorado nuevoleonés decide su voto valorando principalmente el perfil de las candidaturas; en segundo lugar, su identificación ideológica con el partido; y, finalmente, la crítica hacia el Gobierno. De esta manera, si bien hay una constancia a votar por el PAN, la aparición de candidaturas atractivas y un mal desempeño del régimen en funciones ha llevado al electorado a optar por opciones distintas.

Los criterios determinantes del sentido del voto son las características de los candidatos y sus propuestas de Gobierno, seguido por la identidad partidista, la cual no es necesariamente ideológica, sino que obedece principalmente a la costumbre de votar por un mismo partido. Además, el elector se caracteriza por participar ampliamente

en las elecciones, por encima de la media nacional, evalúa los Gobiernos en funciones y se informa a través de distintos medios, aunque de manera pasiva. Estas características permiten entender la elección de candidaturas emergentes como sucedió en la elección de Gobernador en 2015, el Senado y la Presidencia de la república en el 2018 y la Gubernatura en 2021.

A pesar de que Nuevo León cuenta con un sistema político plural y de que los Gobiernos divididos y yuxtapuestos han sido una constante, los vaivenes políticos corresponden con las elecciones de Gobernador y de Presidente de la república. En el periodo de 1991-2015 el elector no tendía a dividir su voto de manera importante, pero la interacción entre elecciones de Gobernador y tres años después de Presidente de la república es lo que impulsó la configuración de Gobiernos divididos, ya que en las elecciones locales se votaba mayoritariamente en favor de un partido para todas las elecciones y en las elecciones federales se votaba por un partido diferente, y así se configuraba los gobiernos divididos.

En el periodo de 2015-2021 surgirían candidaturas que cuestionarían la estabilidad en el sistema de partidos. Si bien llevaron a importantes derrotas del PRI y PAN, al analizar las elecciones legislativas locales, federales y de miembros de los Ayuntamientos, se identifica que el bipartidismo se conserva, así como el dominio de dichos partidos. Si bien MC y Morena mantienen cierta presencia en el Congreso Local y en los municipios, serán las siguientes elecciones las que confirmen su presencia en el sistema.

La conservación del bipartidismo en el estado expone la fuerza de la identidad partidaria que, si bien los electores no lo consideran como el elemento determinante para el ejercicio del voto, se mantiene como una variable importante, toda vez que, si bien se eligió a candidaturas emergentes en 2015, 2018 y 2021, no han llevado a la constitución de grupos legislativos de sus partidos con poder de veto.

La importancia de las elecciones de Ejecutivos influye significativamente en el resto de las elecciones en el estado. El sentido del voto

considera, principalmente, la evaluación a los Gobiernos en funciones, las características y plan de Gobierno de los candidatos. Sin embargo, la identidad partidista del electorado, a pesar de no ser la variable más importante para el ejercicio del voto, sigue siendo en realidad determinante en la configuración del sistema bipartidista en el estado, el cual además se mantiene estable ante la cercanía ideológica de los actores participantes. En conclusión, los cambios en el sistema de partidos, a pesar de parecer abruptos, especialmente con la elección de un Gobernador independiente en 2015 y otro de MC en 2021, en realidad no marcan cambios ideológicos importantes.

REFERENCIAS

- Aguirre, Jorge (2019). La desafección política y el asomo de la democracia líquida. En Infante, José María, Wright, Claire y Cantú, Jesús. *Desafección política en Nuevo León*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Ames, Barry, Baker, Andy y Renno, Lucio R. (2009). «Split-ticket voting as the rule: Voters and permanent divided government in Brazil», *Electoral Studies*, vol. 28, no. 1, pp. 8-20.
- Astudillo, Javier y Rodon, Toni (2013). «The Electoral Behaviour of the Median Voter and the Paradoxes of Spanish Political Competition», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, no. 144, pp. 3-21.
- Bechtel, Michale (2012). «No always second order: Subnational elections, national-level vote intentions, and volatility spillovers in a multi-level electoral system», *Electoral Studies*, vol. 31, no. 1, pp. 170-183.
- Berlanga, José Luis y Vázquez, Carlos (2009). Bases teóricas del estudio sobre el perfil del electorado neoleonés. En *Perfil del elector neoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Burden, Barry y Helmke, Gretchen (2009). «The comparative study of split-ticket voting», *Electoral Studies*, vol. 28, no. 1, pp. 1-7.
- Bussoletti, Andrea (2021). «La excepción jalisciense: comportamiento electoral y sistema de partido en el proceso electoral 2018», *Apuntes Electorales*, año XX, no. 64, pp. 37-71.
- Carman, Christopher y Johns, Robert (2010). «Linking coalition attitudes and split-ticket voting: the Scottish Parliament elections of 2007», *Electoral Studies*, vol. 29, no. 3, pp. 381-391.
- Cavero, Ernesto (s/f). *Resultados electorales de las entidades federativas 1987-2005*. México: Cámara de Diputados.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2013). *Memorias y Estadísticas del Proceso Electoral Nuevo León 2011-2012*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- (2016). *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

- (2018a). *Diputadas y diputados por el principio de mayoría relativa y representación proporcional a integrar la LXXV legislatura al H. Congreso del Estado de Nuevo León*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- (2018b). Elecciones estatales de Nuevo León. Resultados electorales. Recuperado de <http://computo2018.ceenl.mx/R02D.htm>
- (2019). Elecciones estatales de Nuevo León. Resultados electorales. Recuperado de <http://computo2018.ceenl.mx/> el 30 de abril de 2019.
- (2021a). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- (2021b). Cómputos finales con motivo de impugnaciones. Recuperado de <https://computo2021dc.ceenl.mx/R03E.htm> el 16 de diciembre de 2021.
- CIDAC (2015). Base de datos electoral. Recuperado de <http://cidac.org/base-de-datos-electoral/> el 16 de diciembre de 2021.
- Cox, Gary (1995). «Anatomy of a Split: the Liberal Democrats of Japan», *Electoral Studies*, vol. 14, no. 4, pp. 355-376.
- De Remes, Alain (2002). Gobiernos yuxtapuestos en México: hacia un marco analítico para el estudio de las elecciones municipales. En Elizondo, Carlos y Nacif, Benito. *Lecturas sobre el cambio político en México*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Downs, Anthony (1957). «An Economic Theory of Political Action in a Democracy», *The Journal of Political Economy*, vol. 65, no. 2, pp. 135-150.
- Espinosa, Orlando, Torres, Ignacio y Cruz, Ulises (2020). «Los desafíos metodológicos en el estudio de las alianzas electorales subnacionales», *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, vol. XXVII, no. 77, pp. 9-40.
- Fernández, Jorge, Hernández-Santaolalla, Víctor y Sanz-Marcos, Paloma (2018). «Influencers, marca personal e ideología en Twitter», *Cuadernos. Info*, no. 42, pp. 19-37.
- Guzmán, Enrique, y Ramírez, Adriana (2015). «El elector colombiano. Una aproximación al perfil del votante de los principales partidos en elecciones presidenciales, 2002-2010», *Investigación y Desarrollo*, vol. 23, no. 1, pp. 165-198.

- Idrobo, Luz (2020). «Escisión del voto en elecciones subnacionales en Colombia», *Reflexión Política*, vol. 22, no. 46, pp. 34-42.
- (2021). «El voto diferenciado: un estado del arte», *Revista Guillermo de Ockham*, vol. 19, no.
- Instituto Mexicano de Mercadotecnia (2008). Resultados de la elección para gobernador de Nuevo León. Recuperado de https://web.archive.org/web/20060907133727/http://www.imocorp.com.mx/CAMPO/ZSIEM/ELEC_X_ANIO/RESULTADOSWEB.ASP?IDELECCION=69 el 17 de diciembre de 2021.
- Instituto Nacional Electoral (2015). Atlas de resultados rectorales federales 1991-2015. 2015. Recuperado de <http://sicef.ine.mx/atlas.html?p%C3%A1gina=1#siceen> el 15 de diciembre de 2021.
- (2018). Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones del Proceso Electoral 2017-2018. Recuperado de <https://siceen.ine.mx:3000/#/tablas-resultados> el 14 de diciembre de 2021).
- (2021). Cómputos distritales 2021. Recuperado de <https://siceen.ine.mx:3000/#/tablas-resultados> el 14 de diciembre de 2021.
- Karp, Jeffrey, Vowles, Jack, Banducci, Susan y Todd, Donovan (2002). «Strategic voting, party activity, and candidate effect», *Electoral Studies*, vol. 21, no, pp. 1-22.
- Lijphart, Arend (2000). *Modelos de democracia*. Barcelona: Ariel.
- Linz, Juan (1990). *La quiebra de las democracias*. México, D. F.: Alianza Editorial Mexicana.
- Lujambio, Alonso (2000). *El poder compartido*. México, D. F.: Océano.
- Luján, Diego, y Schmidt, Nicolás (2018). «Volatilidad electoral y alternancia política a nivel subnacional en Uruguay, 2000-2015», *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 63, no. 232, pp. 219-246.
- Merino, Mauricio (2014). *La transición votada*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Mongrain, Philippe (2021). «Did you see it coming? Explaining the accuracy of voter expectation from district and (sub)national election outcomes in multi-party systems», *Electoral Studies*, vol 71.

- Montero, Juan Carlos (2019). Determinantes del voto del electorado nuevoleonés. En Díaz, Alejandro y Vázquez, Carlos. *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Moreno, Alejandro y Méndez, Patricia (2007). «La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México», *Política y Gobierno*, vol. XIV, no. 1, pp. 43-75.
- Norris, Pippa (2002). Campaign communications. En LeDuc, Lawrence, Niemi, Richard y Norris, Pippa. *Comparing Democracies 2*. Londres: Sage,.
- Panebianco, Angelo (1982). *Modelos de partido*. México, D. F.: Alianza.
- Parra, Manuel (2020). Chile, pionero: desafíos y oportunidades para una política estatal frente a los actores digitales globales. En Sywaters, Cristóbal, Sepúlveda, Daniela y Villar, Andrés (eds.). *Nuevas voces de política exterior: Chile y el mundo en la era post-consensual*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Pasquino, Gianfranco (2020). «Los sistemas de partidos en Italia: una evolución inacabada», *Revista de Estudios Políticos*, no. 189, pp. 19-39.
- Reveles, Francisco (2002). La participación electoral del PAN: de las presidencias municipales a la presidencia de la República. En Reveles, Francisco. *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*. México, D. F.: Gernika, 2002.
- Ríos, Luis Efrén (2009). «El transfuguismo electoral en el sistema presidencial mexicano», *Justicia Electoral*, vol. 1, no. 3, pp. 75-96.
- Rolfe, Meredith (2012). *Voter Turnout: A Social Theory of Political Participation*. Nueva York: Cambridge University Press, 2012.
- Sartori, Giovanni (2005). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial,.
- Smith, Cintia (2019). Patrones de acceso a la información sobre política y confianza en las instituciones. En Infante, José María, Wright, Claire y Cantú, Jesús (eds.). *Desafección política en Nuevo León*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Sirvent, Carlos y Montiel, Gustavo (2001). El realineamiento electoral y los sistemas de partido. En Sirvent, Carlos. *Alternancia y distribución del voto en México*. México, D. F.: UNAM.

- Spoon, Jae-Jae y Jones West, Karleen (2020). «Small versus Statewide Parties: How subnational Contestation and Decentralisation Influence Presidential Elections in Europe and Latin America», *Political Studies Review*, vol. 18, no 1 pp.145-159.
- Trejos, Carlos (2020). «La campaña electoral a las alcaldías en Colombia El papel de las redes sociales», *América Latina Hoy*, vol. 89, pp. 81-104.
- Tsebellis, George (2006). *Jugadores con poder de veto*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Vallejo, Sebastián (2020). «Rage within the machine: Activation of Racist Content in Social Media», *Interdisciplinary Laboratory of Computational Social Science, Working Paper*.
- Vázquez, Carlos y Ruiz, José (2019). El electorado nuevoleonés: una visión panorámica. En *Perfiles del Electorado Nuevoleonés*, editado por Díaz, Alejandro y Vázquez, Carlos (eds.). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

VOTO IDEOLÓGICO Y TEMÁTICO EN EL VOTANTE NUEVOLEONÉS EN LAS ELECCIONES INTERMEDIAS DE 2021

Luis Eduardo León Ganatios

El pasado 6 de junio del año 2021 se celebraron en México las elecciones intermedias; en dicho proceso se eligieron Diputados, Ayuntamientos y Gobernador en 15 estados de la república. Las elecciones de 2021 siguieron la estela del proceso electoral de 2018, en las cuales el partido Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) se mostraba como la principal fuerza electoral del país. Sin embargo, Nuevo León no sigue los patrones electorales del resto del país. En el año de 2015 el estado eligió a un candidato independiente como Gobernador y, en las elecciones de 2021 a un Gobernador proveniente de un partido pequeño, de esta manera Nuevo León elige por segunda vez consecutiva a un gobernante que no proviene de las tres principales fuerzas electorales del país.

La finalidad de este capítulo es analizar el triunfo electoral de Samuel García Sepúlveda, Gobernador de Movimiento Ciudadano (MC), a partir del comportamiento electoral de los votantes nuevo-leoneses, dentro de un escenario electoral en que imperaban otras fuerzas electorales. De igual manera se revisará la asignación de las 42 curules elegidas para el Congreso Local.

El universo de análisis se centrará en las preferencias ideológicas de los electores hacia los partidos políticos y candidatos, de forma

complementaria se revisarán aspectos que podrían reforzar los criterios ideológicos tales como los *issues* políticos y no políticos, el rechazo y la identificación partidista, todo en el marco de las elecciones de Congreso del estado y Gobernador.

Para realizar esta investigación plantearemos dos hipótesis; una para cada caso de estudio:

- H1. Las preferencias ideológicas hacia los partidos políticos por parte de los votantes determinan los resultados electorales de las elecciones intermedias de 2021 en el Congreso del estado de Nuevo León.
- H2. Las preferencias ideológicas hacia los candidatos por parte de los votantes determinan los resultados electorales de las elecciones intermedias de 2021 a Gobernador del estado de Nuevo León.

MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Con el fin de explicar el proceso de asignación de ganadores en el estado de Nuevo León en las elecciones intermedias se aplicará un modelo espacial de voto, el cual define las preferencias partidistas a partir de la ubicación ideológica de partidos y votantes. En el caso las elecciones de Gobernador, se definirán las preferencias partidistas y ubicación ideológica de los candidatos; complementariamente, con el fin de ampliar posibles explicaciones de los resultados electorales incluiremos elementos de valoración personal de los candidatos y rechazo hacia estos.

Para aplicar un modelo espacial de voto, utilizaremos el modelo clásico propuesto por Downs (1957), el cual debe aplicarse en sistemas democráticos con elecciones periódicas y en que al menos dos partidos políticos o candidatos tengan opciones reales de triunfo

electoral. De igual forma, debemos tener la posibilidad de ubicar a partidos políticos, candidatos y votantes dentro de una escala lineal de valores, que usualmente va entre 1 y 10 puntos, en que 1 corresponde a la izquierda y 10 a la ubicación de derecha dentro del espectro ideológico.

De esta manera, a partir de la existencia de dos tipos de elecciones (Congreso Local y Gobernador), se revisará brevemente el sistema de partidos nuevoleonés para corroborar los principios democráticos y de competencia electoral. Posteriormente ubicaremos a los partidos políticos, candidatos a gobernador y votantes del estado. De esta forma podemos generar una proyección de resultados electorales basados en criterios ideológicos.

En una segunda dimensión complementaria utilizaremos las variables de identificación partidista y rechazo a los partidos y candidatos, esto se utilizará como los *issues* políticos y no políticos en la elección.¹

EL SISTEMA DE PARTIDOS Y PERFIL IDEOLÓGICO DEL VOTANTE NUEVOLEONÉS

Para establecer la competencia interpartidista resulta útil y necesario establecer el tipo de sistemas de partidos existente, la utilidad concreta que perseguimos en el establecimiento del sistema de partidos nuevoleonés se basa en dos objetivos:

1 Se asume con frecuencia que los individuos eligen a los partidos o candidatos más cercanos a sus posiciones ideológicas. Sin embargo, la capacidad explicativa del voto por proximidad ideológica es variable (Otero y Rodríguez, 2014) Por esta razón incluiremos otras explicaciones para robustecer la proyección del voto por proximidad.

- Establecer con precisión a cuantos partidos o candidatos tomaremos en cuenta para realizar nuestro análisis.²
- Establecer las diferencias ideológicas existentes entre los partidos políticos nuevoleonéses.³

Con respecto al primer objetivo establecemos el número efectivo de partidos (NEP) en el histórico reciente de las elecciones nuevoleonésas.

TABLA 1
NÚMERO EFECTIVO DE PARTIDOS EN NUEVO LEÓN ENTRE 2012 Y 2021

<i>Elección</i>	<i>2012</i>	<i>2015</i>	<i>2018</i>	<i>2021</i>
NEP	3.22	2.94	4.16	3.84

Fuente: elaboración propia a partir de resultados históricos del Instituto Nacional Electoral (2018a y 2018b) y la fórmula de NEP.⁴

El número efectivo de partidos en el estado de Nuevo León ha oscilado entre tres y cuatro partidos que han competido con opciones reales de triunfo, entre los años de 2012 y 2015 oscilaba en tres partidos y para el 2018 y 2021 crece este número a cuatro partidos.

El crecimiento de un partido en el NEP del estado se relaciona con el incremento de partidos a nivel nacional. Es preciso destacar

-
- 2 Sartori establecía diferentes criterios para contar el número de partidos existentes en la elección, sería vano determinar en un sistema de partidos cuántos partidos participan, pues es más importante determinar cuántos de estos partidos pueden competir con posibilidades de ganar una elección (2009, 158). Para establecer el número de partidos a tomar en cuenta elegiremos el número efectivo de partidos.
 - 3 Para establecer las diferencias y distancias ideológicas entre los partidos nuevoleonéses utilizaremos índices de polarización ponderada escalar.
 - 4 El índice de número efectivo de partidos de Laakso y Taagepera se calcula con $N = 1 / \sum_{i=1}^n p_i^2$, donde p_i^2 es el resultado relativo obtenido por cada partido (Oñate y Ocaña, 1999, p. 36).

que a partir de 2018 entra una nueva fuerza electoral, al ser Morena el principal partido político tanto en los procesos de 2018 y 2021 en México, de igual manera, para las elecciones de 2021 entran tres nuevas fuerzas en la competencia electoral: Partido Encuentro Solidario (PES), Redes Sociales Progresistas (RSP) y Fuerza por México (FXM), de esta forma se incrementa la elección a una competencia entre 10 partidos políticos. Por esta razón, cobra importancia establecer un criterio de selección para analizar la competencia partidista en el estado.

Con respecto al segundo objetivo, calculamos la polarización existente entre los principales partidos del estado en las elecciones de 2018 y 2024.

TABLA 2
POLARIZACIÓN, POLARIZACIÓN PONDERADA Y POLARIZACIÓN PONDERADA ESCALAR EN NUEVO LEÓN EN 2018 Y 2021

<i>Polarización en Nuevo León</i>	<i>Polarización</i>	<i>Polarización ponderada</i>	<i>Polarización ponderada escalar</i>
2018	2.56	1.24	2.22
2021	3.16	1.19	2.18

*Fuente: elaboración propia a partir de las fórmulas de polarización.*⁵

5 Los tres tipos de polarización calculadas tienen diferentes fórmulas: la polarización no ponderada (que aparece simplemente como «polarización») se calcula mediante la fórmula $Pnp = X_A - X_B$, en donde X_A es el valor ideológico ubicado en el extremo derecho y X_B es el valor ideológico ubicado en el extremo izquierdo, dichos valores se restan entre sí para obtener el rango o distancia de los partidos en una escala lineal de valores (Ruiz y Otero, 2013, p. 94). La fórmula de polarización ponderada es la siguiente $PP: \sum_{i=1}^n \frac{V_i}{100} (xi - \bar{X})^2$, al ser V_i el porcentaje de votos obtenidos en una elección; xi la posición que ocupa el partido político en la escala 1-10 y \bar{X} la media de las posiciones de los partidos en la escala (Hazan, 1997, p. 44). Y, finalmente, la fórmula de polarización ponderada escalar es la siguiente: $PPE = \sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{V_i}{100} (xi - \bar{X})^2} * (2)$. Al resultado final de la polarización ponderada se le aplica una raíz cuadrada y se multiplica por dos. (León, 2013, p. 73).

Entre el periodo de 2018 a 2021 crece la polarización global en el Estado, en 0.60 puntos. Sin embargo, las polarizaciones ponderada y ponderada escalar logran mantenerse en los niveles de 2018, incluso menores en algunas décimas, esto indica que el grado de división ideológica en el estado no es relevante, y así lograr la victoria de Gobernador un candidato ubicado en la parte media de la escala lineal de valores.

TABLA 3
UBICACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y VOTANTES EN NUEVO LEÓN:
COMPARATIVA CON LAS UBICACIONES A NIVEL NACIONAL

<i>Partido</i>	<i>Ubicación de votantes de Nuevo León</i>	<i>Ubicación nacional</i>
PAN	6.04	4.54
PRI	6.72	4.44
PRD	4.08	4.28
PT	3.76	5.81
PVEM	5.53	4.00
Movimiento Ciudadano	4.79	4.25
NANL	4.71	SD
Morena	3.56	3.84
PES	4.46	SD
RSP	4.55	SD
FXM	4.62	5.51
Votantes	6.70	4.58

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Latinobarometro 2021 y Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).⁶

6 Para establecer la ubicación ideológica de los votantes, tanto en la encuesta de Latinobarómetro como en la de *Perfiles del electorado nuevoleonés*, se aplica el mismo criterio: realizamos una tabla de contingencia que incluye las variables de posición ideológica del votante y partido por el cual votaría o simpatiza. Al obtener los índices realizamos una media estratificada que una a las escalas de medición.

El número efectivo de partidos nos indica que la competencia electoral real se concentrará en cuatro partidos y establece una polarización promedial de dos puntos, así que realizamos la ubicación ideológica de partidos, candidatos y votantes.

En la anterior tabla, mostramos las ubicaciones ideológicas de los votantes nuevoleonenses y la media nacional del elector mexicano, incluimos en esta primera ubicación a todos los partidos políticos, los cuales iremos reduciendo para otros análisis.

Es preciso destacar que la media de ubicación de votantes a nivel nacional es de 4.58, la cual corresponde a una ubicación de centroizquierda, el votante nuevleonés se ubica con un 6.70, claramente en una posición de derecha y con una amplia diferencia de 2.12 puntos con respecto a la media nacional.

Con respecto a la ubicación de los partidos se muestran algunos aspectos relevantes que comienzan a darnos ciertas pistas acerca del comportamiento del votante nuevleonés. El Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y MC en Nuevo León están ubicados más a la derecha que en el ámbito nacional, circunstancia que acerca a estos partidos a la posición del votante y son los partidos más votados en la elección de 2021 a excepción del Verde.

Caso contrario ocurre con Morena, Partido del Trabajo (PT) y Partido Revolucionario Democrático (PRD), los cuales son percibidos como partidos más orientados hacia la izquierda por parte del votante de Nuevo León, aspecto que les aleja de estos. Por lo tanto, podemos inferir que, en el estado, las mayores posibilidades de éxito electoral de los partidos políticos o candidatos estarán sujetas al posicionamiento hacia la derecha, aspecto inverso de la orientación nacional.

Para ilustrar estas posibilidades dentro de una escala lineal de valores mostramos a continuación la posición de los partidos políticos.

A partir de un criterio de proximidad, como criterio inicial y único factor a ser tomado en cuenta por el momento, los partidos

TABLA 4
 POSICIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LA ESCALA LINEAL DE VALORES
 PARA LAS ELECCIONES INTERMEDIAS DE 2021

Partido	Morena	PT	PRD	PES	RSP	FXM	NANL	MC	PVEM	PAN	PRI
Ubicación	3.56	3.76	4.08	4.46	4.55	4.62	4.71	4.79	5.53	6.04	6.72
Ideología ⁷	Izquierda			Centroizquierda					Derecha		

Fuente: elaboración propia a partir de las ubicaciones ideológicas de los partidos políticos.

ubicados a la derecha obtendrían el mayor número de votantes, los partidos ubicados a la izquierda por tanto no saldrían favorecidos electoralmente; partidos como el PT, PRD, PES, RSP, FXM y NANL se solaparían entre sí, y Morena y MC conservarían mejores posiciones, aunque con el déficit de votantes existente en su dimensión lineal de valores.

VOTOS POR PARTIDO: CONGRESO LOCAL Y AYUNTAMIENTOS

En este ejercicio de proyección electoral, hemos dividido las elecciones intermedias en dos tipos de elecciones, las elecciones por partido en que incluiremos los votos al Congreso Local y los votos para Ayuntamientos y otro tipo de elección que es para Gobernador. Esta división la realizamos debido a que en el voto para la Gubernatura entran otros criterios que definen sus preferencias electorales.

7 No existe un único criterio de ubicación dentro de la escala lineal de valores, Zechmeister propone cinco categorías de ubicación: izquierda (1-2), centroizquierda (3-4) centro (5-6) centroderecha (7-8) y derecha (9-10) (Zechmeister y Corral, 2010, p. 2) Si trabajamos una escala continua, como es nuestro caso, podemos tomar entre 1 y 5, posición de izquierda y centroizquierda, entre 5 y 6 posición de centro y entre 6 y 10 la posición de derecha y centroderecha (León, 2016, p. 44).

A continuación, presentamos los resultados de los votos y la proyección de los votos del Congreso Local.

En la Tabla 5 podemos determinar varios aspectos relevantes para nuestro análisis, la proyección de encuestas (Campaigns and Elections, 2020) daba como amplio favorito a Morena, ubicaba al PAN en segundo lugar y al PRI en el cuarto lugar; podemos inferir que esta proyección no toma en cuenta el aspecto de la posición ideológica. En la proyección por proximidad, el partido más beneficiado sería PRI, con 37.02%; es preciso destacar que Morena tiene 37% de preferencia según la encuesta.

En los resultados reales, el partido que logró la victoria electoral fue el PAN, con un 28.98% y desbancó la predicción tanto de la encuesta como del criterio de proximidad. Sin embargo, el criterio de proximidad sí demostró un buen ajuste con respecto a los partidos ubicados a la izquierda; con un diferencial de tan solo 0.14% con respecto a MC que sería un partido de centroizquierda y, un diferencial de 3.79% con respecto a Morena, el partido más decantado hacia la izquierda, todo esto en valores absolutos.

Esto representa, en la realidad del estado, que los nuevoleonenses son más proclives a votar a partidos o candidatos ubicados hacia la derecha del espectro existente en la escala lineal de valores, tal y como lo muestra la ubicación de sus votantes.

El criterio de proximidad invirtió los valores de los partidos ubicados a la derecha, al ser el PRI, el partido más extremo en la escala, la fórmula le otorga más electores, pero el PAN, al estar en el mismo sector también podía salir favorecido con su posición.

Seguidamente mostramos la proyección de votos para Ayuntamientos del estado

En las elecciones para los Ayuntamientos —Presidentes Municipales— tomamos algunos criterios similares dentro de la proyección de encuestas y la misma ubicación en el criterio de proximidad, pues siguen siendo elecciones en que predominan las fuerzas de los partidos y las preferencias de los votantes hacia estos.

TABLA 5
PROYECCIÓN DE LOS VOTOS POR PARTIDO EN EL CONGRESO LOCAL

Partido ⁸	Proyección de encuestas (%)	Proyección de proximidad (%)	Resultado real (%)	Diferencia de encuesta	Diferencia de proximidad
PAN	18	14.41	28.98 ⁹	10.98	14.57
PRI	12	37.02	26.06	14.06	10.96
MC	13	19.45	19.59	6.59	0.14
Morena	37	9.27	13.06	23.94	3.79

Fuente: elaboración propia a partir de resultados electorales y proyección de resultados a partir de la fórmula de proximidad.¹⁰

En estas elecciones, los resultados son muy similares a las de Congreso del Estado —Diputaciones—, cambia únicamente el primer y segundo lugar, el PRI queda primero y el PAN segundo. En estas elecciones mejora la proyección por proximidad, cuyos diferenciales no son mayores a los 10 puntos porcentuales con respecto a todos los

8 Para analizar los resultados electorales tomamos en cuenta únicamente a aquellos partidos, candidatos o coaliciones que hayan superado al menos 10% de los votos, por esta razón, solo contabilizamos cuatro partidos del total de 11 registrados en el estado.

9 Los resultados reales fueron obtenidos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021a).

10 La fórmula de proximidad se expresa $Prox = [v-p]$ La v representa votantes y la p representa partidos. En donde la escala lineal de valores se representa en números del 1 al 10, en donde el 1 se refiere a la izquierda y el 10 se refiere a la derecha, por tanto, el 5 sería un valor de centro. Si tenemos a un votante que se ubique en el 4, que corresponde a un votante de centroizquierda, y, tenemos tres partidos o candidatos; un partido que se ubica al 1, otro se ubica en el 6 y un tercer partido que se ubica en el 9, entonces ¿por quién votaría el votante ubicado en el 4 bajo el principio de proximidad?, lo expresamos de la siguiente manera:
 $I\ 4v - 1Xa\ I = 3$
 $I\ 4v - 6Xb\ I = 2$
 $I\ 4v - 9Xc\ I = 5$

Se resta la posición del votante (4v) de la posición de los diferentes partidos, el votante elegiría, según el criterio de proximidad, al partido 6Xb, por ser el más cercano a su preferencia, al obtener el menor resultado, el cual será siempre el que tomaremos en cuenta (Hinich y Munger, 2003, p. 242).

partidos. Caso contrario ocurre con la proyección de la encuestadora, la cual se aleja, en esta elección, aun más de su lectura predictiva.

TABLA 6
PROYECCIÓN DE LOS VOTOS POR PARTIDO PARA AYUNTAMIENTOS DEL ESTADO

<i>Partido</i>	<i>Proyección de encuestas (%)</i>	<i>Proyección de proximidad (%)</i>	<i>Resultado real¹¹ (%)</i>	<i>Diferencia de encuesta</i>	<i>Diferencia de proximidad</i>
PAN	18	14.41	23.98	5.98	9.57
PRI	12	37.02	28.04	16.04	8.98
MC	13	19.45	22.24	9.24	2.79
Morena	37	9.27	10.58	26.42	1.31

Fuente: elaboración propia a partir de resultados electorales y proyección de resultados a partir de la fórmula de proximidad

VOTOS POR CANDIDATOS: LA ELECCIÓN A GOBERNADOR

La literatura sobre teorías espaciales del voto suele tratar indistintamente a partidos políticos y candidatos (Anduiza y Bosch, 2004), para el caso de Nuevo León, contrastaremos la posición ideológica de partidos y candidatos, de haber diferencias significativas, discriminaríamos a los candidatos por separado de la ubicación de sus respectivos partidos políticos o coaliciones.

A partir de la base de que el votante nuevoleonés está ubicado en una posición de derechas (6.70) frente al resto de votantes del país (4.58), los candidatos a Gobernador muestran un perfil que les ubica más a la derecha que a sus respectivos partidos; el caso más significativo lo encontramos en la candidata Clara Luz Flores Carrales, quien está un punto más a la derecha que su partido (4.56 frente

11 Los resultados reales fueron obtenidos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021b).

a 3.56 de Morena). Por su parte, el candidato del PAN, Fernando Larrazábal Bretón, se orienta en un 0.33 puntos más a la derecha, el candidato de MC, Samuel García Sepúlveda se ubica un 0.22 puntos más hacia la derecha y el candidato priista Adrián de la Garza Santos se coloca 0.03 puntos a la derecha, para el caso de este candidato tampoco se presenta la necesidad estratégica de moverse mucho a la derecha, pues su partido ya está muy cercano a la media de votantes (6.70 votantes frente a 6.72 del PRI).

TABLA 7
UBICACIÓN DE CANDIDATOS Y PARTIDOS EN NUEVO LEÓN

<i>Candidato</i>	<i>Ubicación de votantes de Nuevo León</i>	<i>Ubicación de partido en Nuevo León</i>
Fernando Larrazábal Bretón	6.37	PAN: 6.04
Adrián de la Garza Santos	6.75	PRI: 6.72 PRD: 4.08
Clara Luz Flores Carrales	4.56	Morena: 3.56 PT: 3.76 PVEM: 5.53 NANL: 4.71
Samuel García Sepúlveda	5.01	MC: 4.79
Carolina Garza Guerra	4.83	PES: 4.46
Virginia Siller Tristán	4.79	RSP: 4.55
Emilio Jacques Rivera	4.84	FXM: 4.62

Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).¹²

El resto de los candidatos muestran la misma tendencia de ubicación, todos se mueven en percepción hacia la derecha, aunque solo

12 Para establecer si existen diferencias significativas entre la ubicación de partidos y candidatos incluimos una prueba de T para muestras relacionadas. La significación del P valor —significación bilateral— nos da como resultado $0.026 > 0.05$. Por tanto, aceptamos la hipótesis nula, lo que nos indica que no existen diferencias significativas entre las ubicaciones de partidos y candidatos pertenecientes a los partidos. De igual forma nos resulta interesante la diferencia hacia la derecha en puntaje que obtuvieron los candidatos con respecto a sus partidos.

tomaremos en cuenta, para nuestro análisis, aquellos candidatos que han obtenido al menos 10% en las elecciones intermedias.

En un escenario en el cual los partidos políticos tienen una ubicación dentro de un estado en donde los votantes se ubican más hacia la derecha que el resto de la media nacional, y los candidatos de dichos partidos se ubican más hacia la derecha que sus propios partidos, no responde a una lógica de casualidad, de igual manera, entrarían otros factores en nuestra ecuación.

En nuestro análisis inicial tomábamos en cuenta la ubicación de votantes y partidos políticos, con un criterio de proximidad que nos permitía proyectar la intención de voto de los electores. Para las elecciones de Gobernador, sumamos a este criterio dos variables que se verán reflejadas en la ecuación:

1. La primera variable es el rechazo a los candidatos y a su partido político, el cual operativamente se sumará¹³ a la fórmula de proximidad.
2. La segunda variable tiene que ver con las preferencias partidistas de los electores, el cual opera inversamente con la variable de rechazo y robustece a la primera variable.

Cuando nos enfrentamos a la circunstancia de que un candidato logra diferenciarse de la ubicación de su partido es porque el candidato ha logrado, mediante otros factores, influir de forma diferente ante los electores.

Estos factores corresponden por ende a la utilización de *issues* no políticos.¹⁴

13 Utilizamos el termino sumará a la fórmula en el sentido de crear la ecuación, aunque esta variable en realidad resta preferencias hacia los candidatos, el candidato más favorecido en esta variable será aquel que tenga menos rechazo, hacia su partido y persona.

14 Para entender la relación entre *issues* podemos partir de la siguiente explicación: Cuando hemos clasificado a los partidos políticos en una escala lineal de valores correspondientes

La clave o fuerza de los *issues* no políticos radica en que pueden ser «importantes para la percepción de los votantes, un *issue* no político puede maximizar la imagen de un candidato y puede darle opciones de triunfo electoral a su partido político» (Enelow y Hinich, 1984, p. 82).

Asumimos que en las elecciones de Gobernador en Nuevo León, los candidatos se han valido de *issues* no políticos para poder maximizar sus opciones de triunfo, al utilizar este tipo de *issues* entonces toman un papel relevante las variables de rechazo y aceptación con respecto a los mismos, por esta razón, dichas variables serán incluidas en el análisis.¹⁵

Para establecer este criterio, es preciso revisar cuáles son las razones por las que el votante nuevoleonés decide su voto.

En la Tabla 8 podemos observar que las cualidades del candidato/a es la principal razón de importancia para los electores a la hora de decidir su voto, en segundo lugar, el plan de Gobierno aunado a la ideología. Estas dos variables suman 72.69% como los principales *issues* de decisión entre los electores, si sumamos la variable de

a valores de izquierda y derecha estamos asignando ejes programáticos a cada partido, por ejemplo, un partido de izquierda, ya por tener esta orientación o etiqueta es un partido que en su programa va a albergar ciertas políticas sociales y distributivas que serían diferentes, menores o no existentes en un partido de derechas, por ende, el votante percibe que si vota a un partido de izquierda es porque este responde a una serie de expectativas, intereses y objetivos comunes a su propia ideología (Lijphart, 1998, p. 143) En este caso estaríamos hablando de un *issue* político. En cambio, si dentro de un partido existen candidatos que, por características aunadas a las ya existentes, aumentan o difieren su percepción hacia los votantes debido a características de imagen o personalidad, entonces se trataría de *issues* no políticos.

15 Pensemos en un escenario empresarial, en el cual se vende un producto para un sector pudiente o privilegiado de la población, dicho producto podría tener ciertas características que fracasarían en un sector no privilegiado. Si trasladamos dicha situación a un escenario político, a partir de un electorado que se ubica a la derecha, entonces los partidos políticos proponen a candidatos con características personales que los ubican más a un estilo de vida de individuos de derecha (Gallagher y Mair, 1999) Inferimos que esta situación se ha presentado en la competencia electoral de los candidatos a Gobernador nuevoleonés.

siempre voto al mismo partido, entonces se obtiene 93.54% de explicación sobre las variables que deciden por quién votar.

TABLA 8
RAZONES PARA VOTAR EN LAS ELECCIONES DE 2021

<i>Razones</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Cualidades del candidato/a	39.92	39.92
Plan de Gobierno-ideología	32.77	72.69
Siempre voto al mismo partido.	20.85	93.54
Premiar o castigar al partido.	6.43	99.97
Totales	99.97	99.97

Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).¹⁶

Es importante destacar cuáles son las cualidades concretas que los votantes nuevoleonenses valoran en los candidatos, los cuales están representados por los *issues* no políticos.

Si se toma en cuenta que 53.70% de los encuestados (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021e) nuevoleonenses votaron por un candidato sin importar el partido al cual pertenece, se convierten en relevantes las figuras personales de dichos candidatos.

Por ende, el votante nuevleonés se inclina por un candidato que tenga liderazgo, sea confiable, honesto y cuente con experiencia, de la lista de candidatos, el que cumpla con esta premisa podría ser el favorito para la elección de Gobernador.

Se puede observar en la Tabla 10, si se toma en cuenta a los principales candidatos con opciones de triunfo electoral, que los candidatos

16 En la encuesta *Perfiles del electorado nuevleonés* la pregunta original para construir la tabla ha sido: «Cuando votó, ¿cuál de las siguientes razones fue la más importante para decidir por quién votar?». Hemos eliminado a los perdidos del sistema y ajustar los porcentajes a los de respuesta.

Fernando Larrazábal y Adrián de la Garza del PAN y el PRI respectivamente, comparten frecuencias parecidas en cada uno de los *issues* principales presentados. Larrazábal es quien obtiene la más alta frecuencia en liderazgo y, De la Garza sería el percibido como el de mayor experiencia.

TABLA 9
PRINCIPALES *ISSUES* NO POLÍTICOS QUE LOS VOTANTES NUEVOLEONESES
VALORAN EN SUS CANDIDATOS

<i>Issues no políticos</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Liderazgo	104	9.40
Confiabilidad	101	9.10
Honestidad	74	6.70
Experiencia	70	6.31

*Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).*¹⁷

La candidata de Morena, Clara Luz Flores, no logra tener una frecuencia mayor que sus adversarios en ninguno de los cuatro *issues* no políticos presentados. Por su parte, el candidato de MC, Samuel García, es percibido como un candidato con un pobre liderazgo y muy poca experiencia. Sin embargo, es señalado ampliamente como el candidato de mayor honestidad y confiabilidad.

Si tuviésemos que elegir a un favorito o candidato más favorecido en el rubro de *issues* no políticos, consideramos que la candidata más débil es Clara Luz Flores; por su parte, Larrazábal y de la Garza estarían en igualdad de condiciones y, el candidato más cercano a la preferencia de los votantes es Samuel García. Todo esto tomando en

17 A partir de la pregunta «Razón por la cual votó por su candidato», se reflejan varios temas como carácter del candidato, inteligencia, carisma o ser hombre o ser mujer. Sin embargo, los únicos *issues* relevantes fueron el de liderazgo, confiabilidad, honestidad y experiencia. El resto de *issues* no representaban siquiera 3% de importancia para los electores del estado.

cuenta que por sí solos, los *issues* no políticos no decidirían al ganador de la contienda.

Seguidamente presentaremos la variable de rechazo a los candidatos, que nos permitirá incluir este criterio en la fórmula de proyección.

En la Tabla 11 se muestra que los partidos que tienen más alto índice de rechazo son el PRI y Morena con 32.40 y 22.80%, respectivamente, y MC es el partido menos penalizado por el rechazo. Dicha distribución de rechazo nos abre un nuevo elemento a tomar

TABLA 10
IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES *ISSUES* CON RESPECTO A LOS PRINCIPALES CANDIDATOS A GOBERNADOR EN LAS ELECCIONES INTERMEDIAS DE 2021

<i>Candidato</i>	<i>Partido</i>	<i>Liderazgo</i>	<i>Confiabilidad</i>	<i>Honestidad</i>	<i>Experiencia</i>
Fernando Larrazábal Bretón	<i>PAN</i>	26	11	10	25
Adrián de la Garza Santos	<i>PRI</i> ¹⁸	22	11	15	28
Clara Luz Flores Carrales	<i>Morena</i>	21	11	19	17
Samuel García Sepúlveda	<i>MC</i>	11	29	28	7

*Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).*¹⁹

-
- 18 Según el acuerdo del Consejo General de la Comisión Estatal Electoral se resolvió la solicitud de registro de la coalición parcial denominada «Va Fuerte por Nuevo León», integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Revolucionario Democrático (PRD), para las elecciones intermedias de 2021 de Gobernatura, Diputaciones Locales y Ayuntamientos. Del mismo modo se resolvió la coalición parcial denominada «Juntos Haremos Historia en Nuevo León», conformada por Morena, Partido del Trabajo (PT) Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Nueva Alianza Nuevo León (NANL) para las elecciones intermedias de 2021 de Gobernatura, Diputaciones Locales y Ayuntamientos (Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, 2021d).
- 19 Para determinar las frecuencias de los principales *issues* correspondientes a cada candidato, se realizaron cuatro tablas de contingencia, entre la variable razón de voto y combinada con ubicación y preferencia de cada candidato (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021e).

en cuenta dentro de las teorías espaciales de voto y es el criterio de la *región de aceptabilidad*.²⁰

El PRI y Morena, los partidos más rechazados por los electores nuevoleonés ocupan a su vez las posiciones extremas de la escala lineal de valores. Morena se ubica en 3.56%, y es el partido más a la izquierda y aunque su candidata Clara Flores se ubica con un 4.56%, sigue siendo el partido y candidata más extrema hacia esa posición. Por su parte, el PRI es el partido más ubicado a la derecha 6.72% y su candidato Adrián De la Garza ocupa similar posición con 6.75%.

TABLA 11
RECHAZO A LOS PARTIDOS POLÍTICOS

<i>Partidos</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
PRI	360	32.40
Morena	252	22.80
PAN	127	11.40
MC	63	5.7

*Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).*²¹

Podemos suponer que en un escenario polarizado los principales partidos o candidatos toman las posiciones extremas de izquierda y derecha en una escala lineal de valores, pero si dichos partidos o

20 La región de aceptabilidad es un criterio que penaliza a los partidos políticos, para que este criterio se cumpla los partidos que sufren rechazo deben estar ubicados en las posiciones extremas de la escala lineal de valores (Karp y Banducci, 2002, p. 4).

21 Para calcular el rechazo a los partidos políticos, se realizó un análisis descriptivo de frecuencias con la variable «¿Por qué (sic) partido usted nunca votaría?». En el caso del PRI, hemos tomado a los partidos de la coalición Nuevo León Adelante y para el caso de Morena hemos tomado a la coalición «Juntos Haremos Historia en Nuevo León».

candidatos acumulan los mayores índices de rechazo por parte del electorado, entonces el o los partidos ubicados al centro fortalecerían sus opciones de triunfo (Rabinowitz *et al.*, 1991, p. 182).

En nuestro caso, MC, con una posición de centro 4.79% y con la posición de su candidato Samuel García 5.01%, tomaría ventaja por la circunstancia de que los partidos extremos entren en la región de aceptabilidad.

Para complementar esta idea, presentamos la identificación partidista de los votantes nuevoleonenses.

La identificación partidista de los votantes nuevoleonenses demuestra que los partidos de derecha PRI y PAN son los que tienen más electores identificados, y es el PRI el partido más rechazado, pero de igual forma más aceptado. Este dato podría ser contradictorio, aunque tomemos en cuenta que 65.72% de los encuestados no se ha identificado con ningún partido político, esto puede deberse a

TABLA 12
IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA DE LOS VOTANTES NUEVOLEONESES

<i>Partidos</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
PRI	160	14.40
Morena	76	6.91
PAN	94	8.50
MC	47	4.20
No contesta.	729	65.72

Fuente: elaboración propia a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021e).²²

22 Para calcular la identificación partidista, se realizó un análisis descriptivo de frecuencias con la variable «¿Hacia cuál partido se siente más cercano?». En el caso del PRI, hemos tomado a los partidos de la coalición «Va Fuerte por Nuevo León» y para el caso de Morena hemos tomado a la coalición «Juntos Haremos Historia en Nuevo León».

que el PRI en algún momento de la historia política nuevoleonesa ha sido un partido principalmente importante, pero sistemáticamente ha sido penalizado por los electores.²³

TABLA 13
PROYECCIÓN DE VOTOS PARA GOBERNADOR, PROYECCIÓN DE ENCUESTA,
RESULTADOS REALES Y RESULTADOS POR FORMULA PROPIA

<i>Candidato</i>	<i>ABC-Polígrama 15 de enero de 2021²⁴</i>	<i>ABC-Polígrama 31 de mayo de 2021</i>	<i>Fórmula propia</i>	<i>Resultados reales</i>
Clara Luz Flores Carrales	23.23	17.05	10.92	14.02
Samuel García Sepúlveda	13.72	36.01	38.84	36.71
Fernando Larrazábal Bretón	18.82	15.30	16.53	18.33
Adrián de la Garza Santos	22.74	27.60	33.69	27.90

*Fuente: elaboración propia a partir de proyecciones de la encuesta de ABC Noticias (2021)
y resultados reales a partir de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021c)
y la construcción de una fórmula propia.²⁵*

23 Todas las opiniones hechas en esta investigación responden a interpretación de datos estadísticos.

24 Hemos utilizado la encuesta ABC-Polígrama simplemente por tener una referencia de análisis para cotejar con nuestros propios datos, sin dar mayor importancia a la fiabilidad, interés o peso de dicha encuestadora.

25 Para realizar el cálculo de proyección del resultado correspondiente a los candidatos a Gobernador en Nuevo León, hemos creado una fórmula para esta investigación, la cual consiste en utilizar la fórmula de proximidad y agregar dos factores, el primero el rechazo hacia los partidos políticos y el segundo la penalización de la región de aceptabilidad. La fórmula queda expresada de la siguiente manera: $F: [v-P - \bar{X}_a - X_b]$ en que cada ecuación fue aplicada a cada candidato para así obtener un resultado de proyección independiente para cada uno. Cabe destacar que la variable de identificación partidista fue asumida en el criterio de proximidad y, los *issues* no políticos nos daban una evaluación cualitativa acerca de los candidatos que podían explicar o robustecer los datos emitidos por las proyecciones.

Morena se ubica en el tercer lugar de identificación partidista, pero esto ocurre porque hemos agregado las preferencias de los partidos en coalición, el partido Nueva Alianza aporta 5% del total de 6.91% de identificación que tiene el partido. Finalmente, Movimiento Ciudadano tiene una identificación débil con 4.20%.

Al tener suficientes evidencias estadísticas, realizamos la proyección de los resultados para Gobernador sumando elementos a la fórmula inicial.

De la Tabla 12 podemos destacar varios aspectos de vía concluyente en nuestra investigación. Según el criterio de la teoría de proximidad, parte de la teoría espacial del voto, el partido y por tanto candidato más fuerte ideológicamente en este proceso electoral es el PRI, al ser el partido que concentraría al mayor número de votantes dentro de una competencia electoral. En la proyección hecha en la Tabla 13 en que se incluyen las proyecciones de una encuestadora, en dos momentos, la proyección de un criterio espacial propio y los resultados reales, en todas las proyecciones, con independencia de los criterios utilizados en cada proyección, el candidato priista siempre obtuvo el segundo lugar, es decir, De la Garza era en principio el candidato más fuerte unido a la estructura que le acompañaba.

De igual manera el candidato panista siempre estuvo en el tercer lugar, según las proyecciones, a excepción de Poligrama de mayo que lo coloca en cuarto lugar. La candidata de Morena y la coalición «Juntos Haremos Historia en Nuevo León» es favorita únicamente en la encuesta temprana de *ABC*; a nuestro juicio, con base en principios de ubicación ideológica, Morena es el partido más débil de los participantes en el proceso electoral de 2021, incluida su candidata. Por esta razón no entendemos los criterios que aplicó la encuestadora en enero de 2021 para posicionarla en primer lugar, tal vez por la fuerza del partido a nivel nacional.

Finalmente añadimos la diferencia en efectividad de la fórmula propia utilizada en esta investigación con respecto a los resultados reales.

TABLA 14
EFECTIVIDAD DE LA FÓRMULA PROPIA FRENTE A LOS RESULTADOS REALES

<i>Candidato</i>	<i>Fórmula propia</i>	<i>Resultados reales</i>	<i>Diferencia</i>
Clara Luz Flores Carrales	10.92	14.02	3.1
Samuel García Sepúlveda	38.84	36.71	2.13
Fernando Larrazábal Bretón	16.53	18.33	1.8
Adrián de la Garza Santos	33.69	27.90	5.79

Fuente: elaboración propia a partir de comparar resultados.

Las diferencias expresadas en la Tabla 14 muestran una alta efectividad en la proyección de resultados, al tener diferencias menores a los cinco puntos, a excepción de la proyección de Adrián de la Garza en que se superan marginalmente estos puntos.

De igual forma, la proyección de resultados ha reflejado el mismo orden de posición de los candidatos al orden de ganadores de los resultados reales.

CONCLUSIONES

Después de las elecciones federales de 2018, se preveía un cambio en el sistema de partidos mexicano, con la irrupción de una nueva fuerza (Morena) y la notoria debacle del Partido Revolucionario Institucional (PRI), lo cual situaba al primero como la fuerza política más importante cara a futuros procesos electorales.

El estado de Nuevo León mostraba similares características, para las elecciones de 2018 la coalición que encabezaba Morena («Juntos Haremos Historia») se imponía con 34.33% de los votos frente al PAN que obtenía 32.30% y, el PRI, que encabezaba la coalición «Todos por México» caía a 14.47% de los votos, y seguía con la tendencia de debacle. El votante nuevoleonés se ubicaba al centro del espectro lineal de la escala de valores con 5.29 (Latinobarómetro, 2018).

Transcurridos tres años, para el escenario electoral de 2021, en el cual el estado elegía Diputaciones, Ayuntamientos y Gubernatura, el votante nuevoleonés pasa de una ubicación de centro (5.29) a una clara posición de derecha (6.70), la fuerza que representa la posición de izquierda bien sea Morena o «Juntos Haremos Historia en Nuevo León» cae dentro del favoritismo electoral y el PRI, principal fuerza de derecha vuelve a posicionarse como la principal fuerza electoral del estado.

Aunque el dominio del PRI, a pesar de ser ideológicamente claro, no se traduce en triunfos electorales concretos, el partido logra la mayoría en Ayuntamientos, el segundo lugar en las elecciones a Diputados por detrás del PAN y el segundo sitio en la elección a la Gubernatura por detrás de Movimiento Ciudadano.

En esta investigación hemos utilizado el principio de la competencia espacial de voto, traducida en la fórmula de proximidad y, para las elecciones de Gobernador, hemos aplicado una variante de la fórmula de proximidad con aspectos como la región de aceptabilidad de partidos, que incluía el rechazo a estos y las penalizaciones de partidos o candidatos ubicados al extremo de las posiciones. Somos conscientes de que la aplicación de un principio de competencia espacial es un criterio de análisis, que toma en cuenta algunos factores y deshecha otros. Por tanto, no pretendemos generar un análisis de supuestos absolutos en el estudio de las elecciones intermedias en el estado de Nuevo León.

Según nuestro criterio aplicado, mostramos a continuación los resultados que consideramos relevantes en el análisis del caso nuevoleonés y los posibles escenarios a presentarse en el futuro.

En primer lugar, el criterio de posicionamiento ideológico explicó la caída de Morena y sus coaliciones dentro del estado, cuando su tendencia era la de posicionarse como una fuerza principal en la entidad.

El criterio ideológico, del mismo modo, deja entrever que en el estado las principales fuerzas en la actualidad y posiblemente para

un proceso electoral futuro (2024) vienen de la derecha, encarnadas por el PAN y el PRI, pues son los partidos más ubicados hacia esta posición en la escala lineal de valores. Por esta razón, a nivel de elecciones de partidos, como la de Ayuntamientos y Diputaciones el PAN y el PRI han obtenido las mayorías.

Por tanto, encontramos que se cumple la hipótesis (H1) propuesta para esta investigación.

En segundo lugar, para las elecciones de Gobernador, el estado ha presentado un fenómeno ideológicamente interesante, a pesar de la creciente polarización generada a nivel nacional a partir de las elecciones federales de 2018, esta polarización no ha sido efectiva y se ha pasado de una esperada competencia centrífuga a una competencia centrípeta, en la cual el candidato ubicado al centro (Samuel García Sepúlveda, MC) ha obtenido la victoria electoral.

Dicha victoria electoral se genera a partir de factores como el rechazo del elector al PRI y la indiferencia mostrada a Morena, y en menor medida al PAN, lo que ha hecho que la fuerza del centro tomará ventaja. De igual manera, el candidato de MC fue el que tuvo las mejores percepciones con respecto a los *issues* no políticos de confiabilidad y honestidad, aspectos que le favorecieron pese a ser percibido como una opción con baja capacidad de liderazgo y experiencia, al ser la confiabilidad un *issue* importante dentro de la percepción de un elector de derechas.

En las elecciones para Gobernador se cumple la segunda hipótesis de esta investigación (H2), incluso el criterio ideológico de región de aceptabilidad y la posible fuerza electoral que podían tomar los partidos de centro.

Los resultados electorales de 2021 dejan un escenario poco polarizado, con un Gobernador de centro y Ayuntamientos y Congreso Local bajo el dominio de la derecha, lo cual generaría un conflicto de gobernabilidad no analizado en estas páginas.

Consideramos que, para un futuro proceso electoral, el votante nuevoleonés seguirá orientado hacia una posición de derecha, que

el triunfo de Morena en las elecciones de 2018 fue simplemente un hecho puntual y que el PRI logró resurgir para seguir teniendo su particular relación de amor y odio con el electorado nuevoleonés.

REFERENCIAS

- Anduiza, Eva y Bosch, Agustí (2004). *Comportamiento político y electoral*. Barcelona: Ariel.
- ABC Noticias* (2021). «Así van en Nuevo León por la gubernatura», *ABC Noticias*. Recuperado de <https://abcnoticias.mx/videos/asi-van-en-nuevo-leon-por-la-gubernatura/191368> el 4 de diciembre de 2021.
- (2021). «Así cierran los candidatos a gubernatura de Nuevo León», *ABC Noticias*. Recuperado de <https://abcnoticias.mx/videos/asi-cierran-los-candidatos-a-gubernatura-de-nuevo-leon/205413> el 4 de diciembre de 2021.
- Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (2021a). Cómputos 2021 Elecciones Estatales de Nuevo León Diputaciones. Recuperado de <https://computos2021.ceenl.mx/P02D.htm> el 28 de noviembre de 2021.
- (2021b). Cómputos 2021 Elecciones Estatales de Nuevo León Ayuntamientos. Recuperado de <https://computos2021.ceenl.mx/R01M.htm> el 30 de noviembre de 2021.
- (2021c). Cómputos 2021 Elecciones Estatales de Nuevo León Gubernatura. Recuperado de <https://computos2021.ceenl.mx/R03E.htm> 2 de diciembre de 2021.
- 2021d. Coaliciones registradas para el proceso electoral 2021. Recuperado de <https://www.ceenl.mx/partidos/coaliciones.asp> el 6 de diciembre de 2021.
- (2021e). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- Campaigns and Elections (2020). Nuevo León. *Flash poll*. Diciembre 2020. Recuperado de *ceonline* el 18 de diciembre de 2020.
- Downs, Anthony (1957). *An economic theory of democracy*. Nueva York: Harper y Row.
- Enelow, James y Hinich, Melvin (1984). *The spatial theory of voting*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Gallagher, Michael y Mair, Peter (1999). *Cleavages, parties, and voters*. Westport, CT: Editorial Praeger.

- Hazan, Reuven (1997). *Centre parties: polarization and competition in European Parliamentary democracies*. Londres: Pinter.
- Hinich, Melvin y Munger, Michael (2003). *Teoría analítica de la política*. Barcelona: Gedisa.
- Instituto Nacional Electoral (2018a). Elecciones México. Recuperado de <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/nacional/1/1/1/1> el 4 de noviembre de 2021.
- (2018b). Elecciones Nuevo León. Recuperado de <https://computos2018.ine.mx/#/presidencia/entidad/detalle/1/1/2/1?entidad=19> el 5 de noviembre de 2021.
- Karp, Jeffrey y Banducci, Susan (2002). *Issues and party competition under alternative electoral systems*. Londres: Sage Publications.
- Latinobarómetro (2021). Base de datos de 2018. Recuperado de <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp> el 7 de noviembre de 2021.
- León Ganatios, Luis (2016). *La teoría espacial del voto en Latinoamérica*. Ciudad de México: Fontamara.
- (2013). «La teoría espacial del voto: Una propuesta de aplicación en Latinoamérica», *Revista Mexicana de Análisis político y Administración Pública*, vol. 2, no. 2 pp. 57-87.
- Lijphart, Arendt (1998). *Las democracias contemporáneas*. Barcelona: Ariel.
- Otero, Patricia y Rodríguez, Juan (2014). «Vínculos ideológicos y éxito electoral en América Latina», *Política y Gobierno*, vol. 21, no. 1, pp: 159-200.
- Oñate, Pablo y Ocaña, Francisco (1999). *Análisis de datos electorales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rabinowitz, George, McDonald, Stuart y Listhaug, Ola (1991). «Issues and party support in multiparty systems», *American Political Science Review*, vol. 85, no. 4, pp. 1107-1131.
- Ruiz, Leticia y Otero, Patricia (2013). *Indicadores de partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Sartori, Giovanni (2009). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial.

TRABAJO Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN LAS ELECCIONES DE NUEVO LEÓN 2021: IMPLICACIONES EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA DEMOCRACIA

José Juan Cervantes Niño

INTRODUCCIÓN

Desde 1980, con la implementación del modelo capitalista neoliberal en lo global y guiados por los grandes países en desarrollo y los organismos internacionales económicos, se incentivaron una serie de transformaciones estructurales en los contextos económicos, políticos, sociales y culturales, que registraron impactos divergentes y altamente heterogéneos (OIT, 2004; BM, 2013 y 2019; Lorey, 2016, Levaggi, 2006; Piketty, 2014, 2016 y 2019; Stiglitz, 2016 y 2019). En el aspecto económico y político, los cambios buscaron impulsar diversas mejoras, las cuales en lo general se identifican desde dos ejes interrelacionados; uno económico y otro político. En el primero, la promoción del desarrollo y libertad se apalancaba en el funcionamiento pleno del libre mercado, con una visión altamente financiera y flexible, que lograría el beneficio general. En el segundo, la consolidación de la libertad e igualdad tenía como base una transición y afianzamiento de la democracia liberal, y con ello el fomento de la gobernabilidad. En lo social, el eficiente funcionamiento conjunto de estos ejes impulsaría

un progreso más equitativo y una mayor conciencia social, así como un incremento de la participación política.

Asimismo, en 2021, en lo político y desde las perspectivas de la democracia, el fomento y consolidación de la libertad e igualdad se mantienen como eje prioritario; no obstante, persiste una serie de contradicciones que obstaculizan la consolidación de este modelo, y su imposición como base para mantener la gobernabilidad y el desarrollo sustentable (Germani, 1979; Levaggi, 2006; Beck, 2008; Todorov, 2012; Harvey, 2014; Morlino, 2014; Castells, 2017; Therborn, 2017; Keane, 2018; Levitsky y Ziblatt, 2019; IDEA, 2019). Una de las principales contradicciones que amenazan a la democracia es el decremento de la participación política en los procesos electorales,¹ lo que tiende a deslegitimar a los gobiernos que llegan al poder con porcentajes de votación bajos, o por el contrario induce la aplicación de estrategias legitimadoras, las cuales utilizan tesis populistas (derecha e izquierda), y que terminan afectando las estructuras que sostienen los procesos democráticos, lo cual provoca el surgimiento de prácticas autoritarias que impactan la gobernabilidad del sistema político de un Estado-nación.

Sin embargo, las problemáticas de la participación política son actualmente complejas, por lo que las causas (políticas, económicas, sociales o culturales) que provocan su decremento o variabilidad en los diversos contextos tienden a complicar su estudio, sea desde postulados teóricos o empíricos (Norris, 2002; Heater, 2007; Castells, 2017; Therborn, 2017; Keane, 2018; Levitsky y Ziblatt, 2019). Aun y cuando existen múltiples y variados estudio sobre la temática en diversos sistemas políticos, las altas dinámicas de los fenómenos

1 Para este estudio se utiliza el término de participación política como sinónimo de la acción ciudadana de ejercer el voto, un hecho que puede tener como determinante su posición en los empleos, en una determinada actividad económica.

políticos durante los últimos 20 años deberían impulsar un revisionismo que analice nuevas líneas de investigación, las cuales atiendan los problemas emergentes (populismo y autoritarismo) que amenazan las transiciones democráticas y su propia estabilidad. En este sentido, el estudio de las subjetividades de las agentes sociales y su relación con sus posiciones en las estructuras sistemas han sido cuestiones no ampliamente abordadas.

En torno a estas contradicciones y perspectivas por abordar, algunas investigaciones se han enfocado más enfáticamente sobre el comportamiento político-electoral de las poblaciones y los condicionantes (políticos, económicos, sociales y culturales), quienes determinan la participación política tanto colectiva como individual (Molinar y Vergara, 1998, 2003; Nohlen, 2004, Echegaray, 2005; Lewis-Beck y Stegmaier, 2008; Moreno, 2009, Ratto, 2013; Nadeau *et al.*, 2012; Singer, 2013). Los estudios han derivado en análisis y explicaciones (estadísticos o relacionales) desde enfoques de la ciencia política, sociología e historia, para identificar las pautas de la acción ciudadana, con relación a participar o no en los procesos electorales, así como las implicaciones en el sistema político y en lo económico.

Desde la perspectiva de la sociología laboral, otras investigaciones (en lo global y América Latina) han identificado una serie de determinantes y pautas de acción que están relacionadas con el estatus de estabilidad económica, ocupacional y de ingresos, los cuales puede influir en determinado grado en la participación política (Lewis-Beck y Stegmaier, 2008; Moreno, 2009, Ratto, 2013; Nadeau *et al.*, 2012; Singer, 2013; Cos-Egea, 2018; Cerdas-Sandi, 2018, Ordoñez, 2018). En lo general, se señala que en contextos de mediana o alta estabilidad (económico-laboral), al parecer los estratos de trabajadores tienden a votar mayormente por el partido en el Gobierno, o por el régimen gobernante, y en los casos de baja estabilidad o mediana y alta inestabilidad votan por la opción que les pueda garantizar el retorno a niveles bajos de incertidumbre en el empleo o ingreso.

No obstante, la persistencia de algunas líneas de investigación poco o nulamente abordadas, tanto desde lo objetivo (censos y encuestas) como en lo subjetivo (historias de vida, entrevistas y grupos focales), así como las relaciones (no estadísticas) de variables como edad, género, educación con el tipo de ocupación o actividad económica (Polavieja, 2002; Nohlen, 2004, Remmer, 2003; Montecinos, 2007; Perelman, 2008; Salazar, 2014; Morales, 2015; Cerdas-Sandi, 2018, Ordoñez, 2018; Cos, 2020). En este contexto, surge una cuestión fundamental por promover entre las autoridades electorales, centros de investigación e investigadores (regionales y nacionales): la necesidad de fomentar la instrumentación de estudios o encuestas sobre empleo e intenciones del voto, pues todavía la mayoría de los estudios de este tipo utilizan instrumentos que no fueron elaborados para analizar y explicar las perspectivas laborales y de participación política, tanto en investigaciones cualitativas como cuantitativas.

Entorno a estas cuestiones y contradicciones contextuales y teóricas persistentes de los procesos de la democracia y de las investigaciones, en el contexto de México, y específicamente en Nuevo León (elecciones 2021), se podría sostener que probablemente la estabilidad de las ocupaciones asalariadas (públicas y privadas), y con perspectivas menos precarizantes, tienden a votar mayormente por la ratificación del régimen o partido en el Gobierno, y las más precarizadas por lo regular no votan, lo cual provoca decrementos constantes en la participación electoral y desequilibrios en los procesos democráticos. En sintonía con esta argumentación, el objetivo del capítulo es explorar y analizar la posible relación (teórica, no estadística) del tipo de ocupación y el efecto de una serie de determinantes en el proceso de participación política, la emisión del voto, selección, abstención y percepción sobre la democracia y sistemas de Gobierno, así como sus implicaciones en la consolidación de este tipo régimen. La fuente de información es de la base de datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral, realizada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

La perspectiva teórica para operacionalizar es el votante económico aditivo (visión exploratoria y analítica) que, en lo general, asume los condicionantes económicos estables que tienen impacto sobre el voto directo, independiente de la ideología de los electores (Felman *et al.*, 1989; González y Garrido 1999). De las tesis se utilizó la perspectiva que se estima que la estabilidad económica puede contribuir a incentivar la participación ciudadana (votar), sin tomar en cuenta su posición ideológica, en el caso de que las poblaciones desarrollen ocupaciones con menores niveles de vulnerabilidad y de precariedad, lo que indicaría, a mayor estabilidad laboral, mayor asistencia electoral. En estos argumentos, la exploración se supeditaría a dos categorías de análisis: las percepciones de la democracia y los determinantes de la participación política en los procesos electorales.

En cuanto al enfoque metodológico, se manejó el exploratorio y descriptivo no estadístico en las siguientes fases: en la primera, se analizaron los antecedentes históricos de la democracia, al identificar los fallos en su consolidación y transición, para justificar la visión de la investigación y el tipo de abordaje. En la segunda, se dedujeron los objetivos, y se identificó la fuente de información. En la tercera, se utilizó el programa SPSS (versión 25) para calcular los algoritmos de las tabulaciones necesarias (tablas de contingencia, promedios, medianas), y de las variables específicas de ocupación laboral (estabilidad laboral alta, media y baja), y se fundamentó su posible relación (teórica), con una serie de determinantes que impulsan a los ciudadanos a ejercer el voto o no, con lo que se conformaron los resultados. En la cuarta, las conclusiones, se mostraron los niveles de demostración de los objetivos del estudio, así como líneas de investigación que se deberían promover, y realizar.

Para operacionalizar el capítulo y demostrar los objetivos, el estudio se expone como sigue: en una sola sección se exponen, analizan y explican los resultados de las tabulaciones con las variables seleccionadas y con las relaciones indicadas desde dos perspectivas. En la primera, se exponen las percepciones de los ocupados (niveles de

estabilidad alta, media y baja), y sus perspectivas de la democracia y del funcionamiento del sistema político. En la segunda, se examinan las configuraciones de esta población empleada, en cuanto a los determinantes de las razones por del voto emitido, por su decisión de candidato y las que incidieron en la abstención. Finalmente, en las conclusiones, se explican los principales resultados del estudio y su correlación con los supuestos y objetivos, y se postulan una serie de líneas de investigación que contribuirían a comprender más integralmente estas problemáticas.

LA DEMOCRACIA Y LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA:
RESULTADOS, ANÁLISIS Y EXPLICACIONES
DE LAS PERCEPCIONES Y DETERMINANTES

Con base en las tesis teóricas y desde el examen de las dos categorías de análisis, y con el objetivo de que las tabulaciones aporten inferencias que contribuyan a demostrar el objetivo del estudio, se realizaron algunas segmentaciones en la fuente de información (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021). La segmentación se realizó en la variable indicativa de la ocupación actual, la cual tiene 18 valores, y se dividió en tres niveles: estabilidad laboral alta, media y baja (se excluyó a los desempleados). El nivel alto quedó compuesto por los segmentos de empleo de empresa, rango medio empresa, empleo Gobierno, rango medio Gobierno y maestro; el medio con los de maquiladoras, negocio propio, obrero de empresa y profesionalista independiente; en tanto el bajo por el sector informal, estudiante y empleada doméstica. Desde esta división operativa se logrará comprender las diferentes percepciones que teóricamente pueden desarrollar determinadas ocupaciones, con relación a la democracia y las determinantes de la acción del sufragio, de la selección del candidato(a) y de la abstención, para con ello contribuir a comprender integralmente estos procesos políticos y sus implicaciones en la democracia.

PERCEPCIONES DE LA DEMOCRACIA Y SUS IMPLICACIONES EN LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Desde las percepciones de la democracia, y en los resultados de la Tabla 1 (estabilidad alta y de las respuestas válidas), se identifica dos perspectivas altamente divergentes, pues entre quienes apoyan la democracia y los que no, o les da lo mismo sin distinguir diferencias con los regímenes autoritarios, se identifican diferencias que van de 10 a 20 puntos porcentuales. Lo atípico es que entre 50 y 60% no esté a favor de los regímenes democráticos (suma de los segmentos con este tipo de datos), de forma directa (autoritarismo), o por desconocimiento de sus significados o forma de funcionar, tanto en empleos de empresa o Gobierno. Estos resultados podrían indicar una dualidad en el apoyo a la democracia, en que empleos estables expresan mayormente posiciones de desconocimiento a la democracia y se perciben leves acercamientos al autoritarismo, los cuales deben analizarse mayormente en estudios específicos.

De forma coincidente y en menores porcentajes, en los resultados del nivel de estabilidad media (Tabla 2), los porcentajes de apoyo a la democracia son menores en los tres segmentos con respuestas válidas, rondan de 25 a 37%, y de los que seleccionaron regímenes autoritarios o no, quienes comprenden al parecer el funcionamiento de estas formas de Gobierno, las cuales están entre 60 y 75%, concentrados en su mayoría en ocupaciones de los maquiladores y en profesionales independientes. Al parecer, los empleos con estabilidad media registran mayores tasas de no apoyo a la democracia y, por el contrario, los niveles de apoyo a regímenes autoritarios son mayores que en las ocupaciones de alta estabilidad. No obstante, es posible que estos datos estén más relacionados con el desconocimiento conceptual de ambos regímenes que a preferencias consientes o utilitarias de los diversos tipos de empleo, por tanto es importante indagar sobre esta línea de estudio y así clarificar estas suposiciones.

TABLA 1
DE ESTAS OPCIONES SOBRE LA DEMOCRACIA, ¿CON CUÁL ESTÁ MÁS DE ACUERDO?

<i>Estabilidad laboral alta por tipo de ocupación</i>				
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Empleado de empresa (%)</i>	<i>Rango medio empresa (%)</i>	<i>Empleado de Gobierno (%)</i>	<i>Rango medio Gobierno (%)</i>
La democracia es preferible a cualquier otra forma de Gobierno.	40.9	30.0	41.7	
Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible.	18.8	5.0	8.3	
Ambos son lo mismo.	21.6	45.0	16.7	100.0
Para algunas personas, como en mi caso, no importa el tipo de Gobierno que se tenga.	11.5	10.0	25.0	
No sabe.	5.7	5.0	8.3	
No contestó.	1.6	5.0		

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

De la misma forma, en la Tabla 3 las tasas tienden a ser parecidas, pues un porcentaje de entre 43 y 48% prefiere a la democracia; destacan los estudiantes en lo positivo; y en lo negativo, el empleo doméstico. En tanto, el apoyo a regímenes autoritarios y el desconocimiento o no importancia del tipo de Gobierno ronda de 41 a 93%, en el cual el empleo doméstico acumula las mayores preferencias. Nuevamente, los resultados pueden coincidir con las tesis teóricas, y son más identificadas en el empleo doméstico, seguidas de los desempleados y los ocupados del sector informal, y claro está el caso de los estudiantes tiende a diferir de esos registros, lo cual sería un caso de estudio a explorar.

Como se constató, y si no desde las tesis de estas problemáticas, se pueden identificar tasas de apoyo a la democracia menores en

todos los rangos; inclusive en el de mayor estabilidad, por lo que las preferencias por regímenes autoritarios y el desconocimiento del significado de la democracia tiende a ser mayor en los rangos de mediana y baja estabilidad. No obstante, aun en estas nociones negativas, se deben de generar líneas de investigación particulares para los estratos que de alguna forma registran datos atípicos, los cuales difieren de las tesis de estudio; en este caso se encuentran los empleados de empresas, los estudiantes, los del sector informal y hasta los de las ocupaciones domésticas. En suma, lo más destacable de estas preferencias es la identificación de determinantes que acercan a los trabajadores con el autoritarismo y que indican un desconocimiento del funcionamiento de la democracia, lo cual puede contribuir a socavar este sistema y a inhibir los niveles de votación.

TABLA 2
DE ESTAS OPCIONES SOBRE LA DEMOCRACIA, ¿CON CUÁL ESTÁ MÁS DE ACUERDO?

<i>Estabilidad laboral media por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Maquiladoras (%)</i>	<i>Obrero de empresa (%)</i>	<i>Profesional independiente</i>
La democracia es preferible a cualquier otra forma de Gobierno.	25.0	37.0	25.8
Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible.	25.0	17.8	12.9
Ambos son lo mismo.	50.0	26.0	51.6
Para algunas personas, como en mi caso, no importa el tipo de Gobierno que se tenga.		11.0	3.2
No sabe.		8.2	3.2
No contestó.			3.2

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

TABLA 3
DE ESTAS OPCIONES SOBRE LA DEMOCRACIA, ¿CON CUÁL ESTÁ MÁS DE ACUERDO?

<i>Estabilidad laboral baja por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Sector informal (%)</i>	<i>Estudiante (%)</i>	<i>Empleo doméstico (%)</i>
La democracia es preferible a cualquier otra forma de Gobierno.	42.5	48.1	8.7
Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible.	15.7	25.9	13.0
Ambos son lo mismo.	21.3	14.8	47.8
Para algunas personas como en mi caso, no importa el tipo de Gobierno que se tenga.	10.2	11.1	30.4
No sabe.	7.1		
No contestó.	3.1		

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

Democracia y los determinantes de la participación ciudadana: sufragio, razones, percepción y abstención

En esta parte, se analizan los determinantes que posiblemente inciden en la decisión de votar; desde lo normativo u opcional, así como las prospectivas de los cambios que puede provocar votar y finalmente la visión del porque no votar. En este sentido, se despliega una serie de análisis supeditado en las tres vertientes (estabilidad laboral alta, media y baja) que se señalan de las categorías. En lo general, las explicaciones se enfocarán en los puntos más sobresalientes, así como su interpretación desde las perspectivas teóricas, y así configurar el grado de demostración de los supuestos y objetivos del estudio. En este sentido, los resultados se exponen como sigue:

TABLA 4
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR IR A VOTAR?

<i>Estabilidad laboral alta por tipo de ocupación</i>				
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Empleado de empresa (%)</i>	<i>Rango medio empresa (%)</i>	<i>Empleado de Gobierno (%)</i>	<i>Rango medio Gobierno (%)</i>
Es mi derecho.	29.1	52.6	38.9	
Es mi obligación.	15.0	21.1	5.6	
Influir en el rumbo del estado.	15.0		16.7	
Buscar que el candidato/a que apoyo gane.	6.4	5.3	5.6	100.0
Mi familia fue a votar.	4.8			
Deseo de cambio	18.8	10.5	27.8	
Me facilitaron ir a votar.	0.6		5.6	
Es una herramienta para defender mis intereses.	8.9	5.3		

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

1. En cuanto a las determinantes más importante que influyen en el voto, en la perspectiva de las Tablas 4, 5 y 6 se infieren tres interpretaciones. En la primera, algunos determinantes pueden relacionarse con el cumplimiento relacionado con los derechos ciudadanos («Es mi derecho»), morales («Es mi obligación»), familiar («Mi familia fue a votar») y de intereses («Es una herramienta para defender mis intereses»), los cuales concentran los mayores porcentajes en todos los segmentos, tanto en la alta, media y baja estabilidad laboral de las ocupaciones. En el contexto de los datos, hay menor coincidencia con la teoría operacional del estudio, pues reflejan que la estabilidad o no de los empleos puede expresar una determinada racionalidad instrumental de votar, la cual está

TABLA 5
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR IR A VOTAR?

<i>Estabilidad laboral media por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Maquiladoras (%)</i>	<i>Obrero de empresa (%)</i>	<i>Profesional independiente</i>
Es mi derecho.	33.3	24.6	58.6
Es mi obligación.		23.0	17.2
Influir en el rumbo del estado.	33.3	4.9	10.3
Buscar que el candidato/a que apoyo gane.		4.9	6.9
Mi familia fue a votar.		9.8	
Deseo de cambio	33.3	21.3	6.9
Me facilitaron ir a votar.		1.6	
Es una herramienta para defender mis intereses.		9.8	

TABLA 6
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR IR A VOTAR?

<i>Estabilidad laboral baja por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Sector informal (%)</i>	<i>Estudiante (%)</i>	<i>Empleo doméstico (%)</i>
Es mi derecho.	30.3	30.8	27.8
Es mi obligación.	14.7	15.4	33.3
Influir en el rumbo del estado.	15.6	23.1	5.6
Buscar que el candidato/a que apoyo gane.	4.6	7.7	5.6
Mi familia fue a votar.	4.6		
Deseo de cambio	20.2	23.1	27.8
Me facilitaron ir a votar.	2.8		
Es una herramienta para defender mis intereses.	6.4		

Fuente de ambas tablas: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

apegada, por un lado, a normas formales e informales; y por otro, a perspectivas o prospectivas que indican la existencia de significantes que inciden en la intención final de votar o no. Esta cuestión se puede modificar si se percibe como un mandato del Gobierno y no una selección individual, tópico que se debe estudiar más integralmente.

En la segunda, y en lo relacionado con cuestiones posiblemente partidistas o de simpatía con un determinado candidato («Buscar que el candidato/a que apoyo gane» o «Me facilitaron ir a votar»), solo en la estabilidad alta registró altos porcentajes y en los otros (media y baja) los valores validos fueron bajos, lo que dificulta su interpretación. En este punto, al parecer las tesis del estudio no logran explicar estas cuestiones tan heterogéneas; no obstante, se incentivan líneas a investigar, enfocadas al efecto de las normas formales e informales en las tendencias del voto.

En la tercera, y en un determinante que podría reflejar la racionalidad del voto y su relación con las transformaciones que deben provocar los procesos electorales en el Estado y las personas, las relacionadas a influir en estas variables indican altos porcentajes en todos niveles, varían de 33 a 66% según ocupaciones, y se concentran mayormente en los parámetros medios y bajos, principalmente en trabajadores de maquiladoras y estudiantes. Acorde con las tesis, los empleos más inestables son los que de alguna forma muestran intensiones de votar para modificar sus prospectivas situacionales, en el sentido de buscar cambiar un régimen y con ello mejorar sus visiones laborales y de desarrollo, cuestión que también se debe de estudiar de forma más integral.

2. En tanto, en los determinantes que sostienen las intenciones de por quién votar, de las tablas 7, 8 y 9 también se desprenden tres interpretaciones con prospectivas divergentes y que tienden a dificultar las posibles explicaciones de estos procesos.

En la primera, y con relación a votar por el mismo partido político, solo en los niveles alto y medio se identifican altos porcentajes, mayores de 33% en empleados de Gobierno, maquiladoras y de 24% en obreros de empresa y en demás segmentos no son representativos. Esta dispersión de valores podría indicar que, en el caso de los empleados de Gobierno, esto busca consolidar su estabilidad al apoyar al partido político en el Gobierno; no obstante, en el caso de los otros segmentos sus datos son atípicos, por lo que deberían fomentarse estudios más específicos sobre sus procesos de decisión.

TABLA 7
¿ CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR POR QUIÉN VOTAR?

<i>Estabilidad laboral alta por tipo de ocupación</i>				
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Empleado de empresa (%)</i>	<i>Rango medio empresa (%)</i>	<i>Empleado de Gobierno (%)</i>	<i>Rango medio Gobierno (%)</i>
Siempre voto por el mismo partido.	12.8	5.3	33.3	
Las cualidades del candidato/a	42.5	73.7	33.3	
Para premiar al partido político en el Gobierno.	2.2			
Para castigar al partido político en el Gobierno.	2.9			
El partido político que hace la postulación.	3.2			
El plan de Gobierno del candidato/a (propuesta)	29.4	10.5	16.7	
Ideología	4.8	5.3	16.7	

Fuente: Información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

En la segunda, relacionada al candidato y sus cualidades, en todos los niveles y segmentos de ocupaciones se encon-

traron altos porcentajes en ambos determinantes, los cuales variaron del rango de 16 hasta 73%, al ser mayores en las estabildades alta y media, y se concentraron empleados de empresas, de Gobierno, obreros, maquiladoras y profesionales independientes. En este aspecto, es posible que la estabilidad o no de las ocupaciones al parecer no influye en la decisión de por quién votar, más bien prevalece la perspectiva en casi todas las ocupaciones de votar por un candidato y en menor medida en atención a su plan de Gobierno.

TABLA 8
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR IR A VOTAR?

<i>Estabilidad laboral media por tipo de ocupación</i>			
<i>Rango/determinantes</i>	<i>Maquiladoras (%)</i>	<i>Obrero de empresa (%)</i>	<i>Profesional independiente</i>
Siempre voto por el mismo partido.		24.6	17.2
Las cualidades del candidato/a	33.3	18.0	48.3
Para castigar al partido político en el Gobierno.		3.3	3.4
El partido político que hace la postulación.	33.3	1.6	
El plan de Gobierno del candidato/a (propuesta)	33.3	41.0	24.1
Ideología		9.8	6.9

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

En la tercera, referente a la ideología, la cual no se valora en la teoría base del estudio, los datos de todos los niveles y en casi la mayoría de los segmentos de ocupaciones, menos en los estudiantes y empleados de Gobierno, los porcentajes fueron

bajos, menores a 10%, y solo en los sectores señalados estuvo entre 16 y 30%. Es claro que, con los datos válidos y sin sustento teórico para explicarlos, la determinante de la ideología es un pendiente más que se debería de estudiar de forma más profunda, pues en determinados casos —cómo son los estudiantes, sus preferencias, ideologías—, sí tienden a influir por quiénes votar, pues se podría suponer que estos entienden las dicotomías derecha-centro-izquierda, y que dicha comprensión podría provocar pautas que sostengan una selección más racional al momento de votar.

TABLA 9
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES RAZONES FUE LA MÁS IMPORTANTE
PARA DECIDIR IR A VOTAR?

<i>Estabilidad laboral baja por tipo de ocupación</i>			
<i>Rango/determinantes</i>	<i>Sector informal (%)</i>	<i>Estudiante (%)</i>	<i>Empleo doméstico (%)</i>
Siempre voto por el mismo partido.	25.7		16.7
Las cualidades del candidato/a	29.4	30.8	61.1
Para premiar al partido político en el Gobierno.	1.8		
Para castigar al partido político en el Gobierno.	0.9		5.6
El partido político que hace la postulación.	0.9		
El plan de Gobierno del candidato/a (propuesta)	30.3	38.5	11.1
Ideología	5.5	30.8	5.6

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

3. En perspectivas de los datos de las tablas 10, 11 y 12, relacionados con los determinantes que posiblemente influyeron en no

acudir a votar, emergen una serie de datos que en su mayoría no son significantes para explicarlos en el contexto de la teoría del estudio, y difícilmente tienden a demostrar los supuestos y objetivos del estudio, pues las tabulaciones reflejaron una dispersión que no se logró corregir con los diversos cálculos que se aplicaron. Lo rescatable para el análisis, no desde la interpretación teórica, es que porcentajes altos en todos los niveles señalaban la falta de credencial como impedimento para acudir a votar, cuestión que no es una justificación válida, pues el INE menciona que, de la población mayor de 18 años, 99.8% (93 millones de personas) cuenta con este documento. En el mismo sentido, la incapacidad física también registra niveles atípicos y aunque de forma dispersa el determinante de falta de interés aparece en algunas, no obstante, difícilmente abonan para ampliar el análisis.

TABLA 10
¿ POR QUÉ NO VOTÓ EN LAS PASADAS ELECCIONES?

<i>Estabilidad laboral alta por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Empleado de empresa (%)</i>	<i>Rango medio empresa (%)</i>	<i>Empleado de Gobierno (%)</i>
De nada sirve, todo está empeorando.	8.5		
De nada sirve, todo sigue igual.	9.9		
Enfermedad	7.0	100.0	
Falta de credencial para votar	21.1		50.0
Falta de interés	5.6		
Incapacidad física o discapacidad	9.9		16.7
Las elecciones son fraudulentas.	8.5		
Llegó tarde a votar y estaba cerrado.	1.4		
Me impidieron votar en la última elección.	4.2		16.7
No tener edad necesaria.	12.7		

Fuente: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

TABLA 11
¿ POR QUÉ NO VOTÓ EN LAS PASADAS ELECCIONES?

<i>Estabilidad laboral media por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Maquiladoras (%)</i>	<i>Obrero de empresa (%)</i>	<i>Profesional independiente</i>
De nada sirve, todo está empeorando			50.0
De nada sirve, todo sigue igual.		25.0	
Falta de credencial para votar		25.0	
Falta de interés		8.3	
Falta de transporte		8.3	
Incapacidad física o discapacidad	100.0	8.3	
Me impidieron votar en la última elección.		25.0	

TABLA 12
¿ POR QUÉ NO VOTÓ EN LAS PASADAS ELECCIONES?

<i>Estabilidad laboral baja por tipo de ocupación</i>			
<i>Determinantes/segmentos</i>	<i>Sector informal (%)</i>	<i>Estudiante (%)</i>	<i>Empleo doméstico (%)</i>
De nada sirve, todo está empeorando	11.1		
De nada sirve, todo sigue igual.	16.7		20.0
Enfermedad			20.0
Falta de credencial para votar	16.7	7.1	
Falta de interés		14.3	
Incapacidad física o discapacidad	16.7	7.1	40.0
Las elecciones son fraudulentas.	11.1		
Me impidieron votar en la última elección.	16.7		
No cree en el sistema político.			20.0
No tener edad necesaria.		71.4	

Fuente de ambas tablas: información de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021).

Como se muestra en esta parte, y en lo general, las categorías de análisis del estudio se pueden analizar con una serie de datos que se generaron con los cálculos desde una visión exploratoria, empírica y teórica. Los análisis indican que, principalmente en las dos primeras partes, pueden interpretarse desde la teoría base del estudio, así como abonan para demostrar en parte el supuesto planteado y los objetivos de la investigación. No obstante, como se señaló en la primera categoría, lo más sobresaliente es que surgen líneas de investigación que se deberán abordar en otros estudios, pues con esto se contribuirá a la comprensión y entendimiento de los determinantes que influyen en votar o no y por quién hacerlo, desde la posible relación de las ocupaciones laborales de los ciudadanos.

CONCLUSIONES: DETERMINANTES PARA EL VOTO Y LOS TIPOS DE OCUPACIONES

En el contexto de los resultados, y con base en los objetivos del estudio, así como desde las tesis teóricas señaladas, se mostró la posibilidad de comprender en lo descriptivo y relacional el fenómeno de la participación política y sus implicaciones en lo electoral. En lo general, los análisis dejan de forma tentativa tres conclusiones:

1. Coincidentemente, y como han registrado desde 2005 las encuestas de Latinobarómetro, persiste entre la ciudadanía (América Latina) un nivel medio de apoyo a los regímenes autoritarios, así como un desconocimiento de lo que es la democracia (empírica y teóricamente) y de todos los procesos que esta implica. En este sentido, los resultados demuestran que desde las perspectivas de algunas ocupaciones también posiblemente existe una afinidad con esos regímenes y un mediano y alto desconocimiento de los significantes de la democracia. Lo destacable de esta concurrencia es que se pueden proponer

líneas de investigación para comprender más integralmente las causas de estas percepciones y sus implicaciones en los procesos y dinámicas de los sistemas políticos.

2. Entorno a las variables y las determinantes que incitan a votar y cómo se selecciona la opción, los cálculos indicaron en lo general que se pueden analizar con la tesis teórica propuesta, y mostraron en determinado grado los supuestos y objetivos. Sin embargo, todas las inferencias no son conclusiones generalizables y, en el mismo aspecto del primero punto, significan pautas para realizar investigaciones específicas con instrumentos realizados propiamente desde los tipos de ocupaciones y sus preferencias electorales y democráticas, pues las variables *proxy* ocasionan dispersiones que provocan interpretación técnicamente no significativas y factibles de refutar.
3. En los argumentos de los dos puntos anteriores, los cálculos y resultados de las determinantes para no acudir a votar, desde la visión del empleo, mostraron datos con una alta dispersión que no ayudó a fortalecer las inferencias, aun desde lo teórico o en el supuesto y objetivo planteado. Nueva y mayormente esta parte deja demasiados interrogantes sobre estas posibles relaciones, las cuales, se insiste, deben formar parte de líneas de estudio específicas para entender los alcances de estas problemáticas en el fortalecimiento de la democracia y de sus procesos.

Para incentivar por una parte el abordaje de las líneas de investigación pendientes que surgen de los análisis y explicaciones de este estudio es necesario promover la necesidad entre politólogos y sociólogos de investigar temas que relacionen estas problemáticas desde visiones multi y transdisciplinarias, y con ello expandir estos estudios con campos científicos de otras disciplinas. Por otra parte, se debe proponer a organismos públicos electorales o instituciones de investigación la necesidad de aplicar una encuesta o entrevistas que

tengan como eje el tipo de ocupación y sus preferencias políticas y perspectivas sobre la democracia, pues con esto se podrían generalizar los resultados en nivel local, regional o nacional.

REFERENCIAS

- Banco Mundial (2013). *Informe mundial sobre el desarrollo 2013: Empleo*. Banco Mundial. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1322665883147/Overview_Spanish.pdf
- (2019). *Informe mundial sobre el desarrollo 2019: La naturaleza cambiante del trabajo*. Banco Mundial. Recuperado de <http://documents.worldbank.org/curated/en/767331554985479543/pdf/Main-Report.pdf>
- Beck, Ulrich (2008). *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Castells, Manuel (2018). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cerdas-Sandi, Daniel (2018). «Derechos laborales colectivos y democracia. Una discusión a partir del concepto voz horizontal de Guillermo O'Donnell», *Revista IUS*, vol. 12, no. 42, pp. 209-230.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral*.
- Cos Egea, Manrique (2020). «La flexibilidad laboral como debilitamiento de la democracia sustancial», *Política y Gobernanza. Revista de Investigación y Análisis Político*, no. 4, pp. 129-152.
- (2018). «La flexibilidad laboral como retorno a una concepción liberal de las relaciones de trabajo», *Acciones e Investigaciones Sociales*, no. 38, pp. 63-80.
- Echegaray, Fabián (2005). *Economic Crises and Electoral Responses in Latin America*. Lanham, MD: University Press of America.
- Felman, Arnold, Menés, Jorge R., García-Pardo, Natalia (1989). «La estructura social y el apoyo partidista en España», *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, no. 47, pp. 7-72.
- Germani, Gino (1979). Análisis de la Transición. En Germani, Gino (comp.). *Política y sociedad en una época de transición*. Buenos Aires: Paidós.
- González, Juan Jesús, y Garrido, Luisa Joaquín (1999). *Las bases sociales*

- de giro al centro: El nuevo votante del PP. Ponencia presentada en el IV Congreso de Ciencia Política y de la Administración, Granada, del 30 de septiembre-2 de octubre.
- Harvey, David (2014). *Diecisiete contradicciones y el fin del capitalismo*. Quito: IAEN.
- Heater, Derek (2007). *Ciudadanía una breve historia*. Madrid: Alianza.
- IDEA (2019). *El estado de la democracia en el mundo y en las Américas*. Estocolmo: Instituto Internacional Para la Democracia y Asistencia Electoral (IDEA). Recuperado de <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/el-estado-de-la-democracia-en-el-mundo-y-en-las-americas-2019.pdf>
- Keane, John (2018). *Vida y muerte de las democracias*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Levaggi, Virgilio (2006). *Democracia y trabajo decente en América Latina*. Lima: OIT.
- Levitsky, Steven y Ziblatt, Daniel (2019). *Cómo mueren las democracias*. Ciudad de México: Ariel.
- Lewis-Beck, Michael y Stegmaier, Mary (2013). «The VP-Function Revisited: A Survey of the Literature on Vote and Popularity Functions after over 40 Years», *Public Choice*, vol. 157, no. 3, pp. 367-385.
- Lorey, Isabell (2016). *Estado de inseguridad: gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Molinar Horcasitas, Juan y Vergara, Rafael (1998). Los estudios sobre elector mexicano. Cuatro enfoques de análisis electoral en México. En Serrano Millagón, Fernando (coord.). *Homenaje a Rafael Segovia*. México, D. F.: El Colegio de México: Fondo de Cultura Económica: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Montecinos, Egon (2007). «Análisis del comportamiento electoral: de la elección racional a la teoría de redes», *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 8, no. 1, pp. 9-22.
- Morales, Yolanda (2015). «Comportamiento electoral. Influencia determinante de los factores a corto plazo en la decisión del voto de los electores a la alcaldía del Municipio de Soledad (Atlántico) Colombia, año 2011», *Justicia Juris*, vol. 11, no. 1, pp. 100-107.

- Moreno, Alejandro (2003). *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- (2009). *La decisión electoral: Votantes, partidos y democracia en México*. México, D. F.: Miguel Ángel Porrúa.
- Morlino, Leonardo (2014). *La calidad de las democracias en América Latina*. San José, Costa Rica: Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA). Recuperado de <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/la-calidad-de-las-democracias-en-america-latina.pdf>
- Nadeau, Richard, Ratto, María Celeste, Lewis-Beck, Michael S. *et al.* (2012). «Rendición de cuentas en las democracias en desarrollo: el votante latinoamericano», *Revista de ciencia política*, vol. 35, no. 3, pp. 463-488.
- Nohlen, Dieter (2004). «La participación electoral como objeto de estudio», *Elecciones*, no. 3, pp. 137-158.
- Norris, Pippa (2002). *Democratic Phoenix. Reinventing Political Activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OIT (2004). *Por una globalización justa: Crear oportunidades para todos*. OIT.
- Ordoñez, Mario (2018). «Enfoques teóricos sobre la participación política ciudadana y la democracia moderna», *Ius Comitiãlis*, vol. 1, no. 1, pp. 161-174.
- Perelman, Mariano (2008). «Democracia, trabajo y ciudadanía: reflexiones a partir del caso argentino», *Sociológica*, vol. 23, no. 67, pp. 191-217.
- Piketty, Thomas (2014). *El capital en el siglo XXI*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- (2015). *La economía de las desigualdades*. Barcelona: Anagrama.
- (2019). *Capital e ideología*. Madrid: Grano de Sal.
- Ratto, María Celeste (2013). «¿Rechazo a la democracia o al partido de gobierno?: Despejando el camino para el estudio de la *accountability* electoral o algunas reflexiones sobre la relación entre crisis económica y voto en los últimos 30 años», *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político*, vol. 7, no. 2, pp. 365-377. Recuperado de <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=6346816009044779569&btnI=1&hl=en>

- Remmer, Karen (2003). Elections and Economics in Contemporary Latin America. En Wise, Carol y Roett, Riordan (eds.). *Post-Reform Politics in Latin America: Competition, Transition, Collapse*. Washington, DC: Brookings Institution.
- Polavieja, Javier (2002). «Precariedad laboral y castigo interbloques en las elecciones generales de 2000», *Revista española de ciencia política*, no. 6, pp. 97-127.
- Salazar, Gabriela (2014). «La dimensión sociológica del voto: estudio sobre las motivaciones del voto en Monterrey», *Revista Trayectorias*, vol. 17, no. 40, pp. 35-66.
- Singer, Matthew (2013). «Economic Voting in an Era of (Non)Crisis: Economic Voting in Latin America 1982-2010», *Comparative Politics*, vol. 45, no. 2, pp. 169-185.
- Stiglitz, Joseph (2016). *El precio de la desigualdad*. Ciudad de México: Penguin Random House.
- (2019). *Capitalismo progresista: La respuesta a la era del malestar*. Ciudad de México: Penguin Random House.
- Therborn, Göran (2017). *Cities of Power: The Urban, the National, the Popular, the Global*. Londres: Verso Books.
- Todorov, Tzvetan (2012). *Los enemigos íntimos de la democracia*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

II.
REDES SOCIALES
Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿REDES SOCIALES VS. MEDIOS
TRADICIONALES? LA “BRECHA DIGITAL”
A LA LUZ DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN
POLÍTICA: UNA APROXIMACIÓN
A SUS EFECTOS POLÍTICOS Y ACTITUDINALES
EN NUEVO LEÓN

Carlos Javier Vázquez Ferrel y Viviana Díaz Urrea

INTRODUCCIÓN

Desde que en *The Digital Divide* (2001) Pippa Norris emprendió uno de los análisis sistemáticos más difundidos sobre la brecha digital y sus efectos sobre las pautas de participación política y otras instituciones clave, la utilización del internet se ha extendido considerablemente. Después de 20 años, sin embargo, tal brecha digital no solo entre países industrializados y en vías de desarrollo, sino también dentro de los países, se encuentra lejos de cerrarse. El desbalance en el acceso y habilidades para desenvolverse en la era digital, la intencionada y amplia difusión de información manipulada son solo algunos de los nuevos y complejos efectos vinculados al surgimiento de las nuevas tecnologías en el ámbito político. Estos desafíos recomponen el funcionamiento de las instituciones, incluidas las políticas, en las cuales las elecciones son el eslabón central.

El propósito de este trabajo es, precisamente, detectar algunas de las relaciones que pudieran vincularse con la utilización de las plataformas digitales, específicamente de las redes sociales, como canal proveedor importante de información política. Esto en contraposición de quienes consideran importantes a los medios tradicionales

analógicos (televisión abierta, radio, periódicos y revistas) como aportadores de información política importante. Las características de cada uno de estos dos grupos de usuarios de canales de información política son distintas. Estas características diferenciables tienen a su vez efectos sustantivos, ya que la revolución tecnológica dota de ventajas a aquellos con las capacidades y competencias suficientes para navegar en la era digital. Por el contrario, segmentos parcialmente incorporados o, incluso, todavía al margen tenderán a ubicarse en posiciones cada vez más encapsuladas de la era digital actual. Esta es la relevancia de emprender este análisis exploratorio sobre la brecha digital.

La información sobre la cual es aplicado el análisis es la aportada por la encuesta del Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, auspiciada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Dicha información es propicia, ya que se encuentra integrada por más de 60 preguntas que abarcan en su conjunto una variada gama temática, incluida la relativa al uso e importancia otorgada por los propios encuestados a las redes sociales y a los canales de comunicación tradicionales analógicos. La muestra está compuesta por 1,110 encuestados provenientes de distintos municipios tanto de la zona metropolitana como de otras zonas rurales del estado de Nuevo León.

Este trabajo se encuentra organizado en tres secciones, además de esta introducción y las consideraciones finales. En la primera sección se desarrolla el marco teórico en que se exponen elaboraciones teóricas clave y los efectos derivados de la brecha digital detectados por algunos estudios previos. En la segunda parte se realiza una contextualización de los estudios previos sobre la relación entre las redes sociales y algunos aspectos políticos en Nuevo León, con algunas referencias sobre el ámbito nacional mexicano. En el tercer apartado se analiza la información sobre la importancia otorgada por los encuestados a las plataformas digitales, específicamente a las redes sociales, y a los medios tradicionales analógicos, en función de su relación con variables de tipo socioeconómico, al rechazo o a su

ausencia hacia los partidos políticos tradicionales y nuevos partidos, a las valoraciones sobre la calidad de las elecciones en Nuevo León e (in)asistencia a la iglesia.

MARCO TEÓRICO

Como cualquier otra tecnología, el acceso al internet se encuentra distribuido de manera desigual tanto entre países como dentro de estos. Para algunos, esta desigualdad es una manifestación de la estratificación en la que se encuentra organizada la sociedad. Desde esta óptica, el avance de las nuevas tecnologías irá dejando cada vez más atrás a aquellos con mayores dificultades para incorporarse a la nueva era digital. Mientras que los más aventajadas se encontrarán en las posiciones propicias que facilitarán el impulso de sus intereses con mayor eficacia (Guillén y Suárez, 2005). Quienes se encuentran en esta línea argumental proyectan que tal dinámica exacerbará las disparidades existentes dentro de la sociedad. Por otra parte, desde un enfoque más optimista, se estima que esta disparidad progresivamente disminuiría conforme la economía postindustrial y la innovación en las tecnologías digitales se consolide, lo cual reducirá los costos económicos, así como las barreras de acceso, al asemejarse al proceso que extendió el acceso a otras tecnologías como a la radio o televisión, a amplias capas de la sociedad (Norris, 2001).

Para otros, es cuestionable el paralelismo en la difusión del acceso a la radio y televisión con el del internet. Guess y Munger (2021) argumentan que la propagación de los primeros fue mucho más rápida, puesto que la radio y televisión tan solo requieren capacidades auditivas para captar sonidos, así como visuales para reaccionar a estímulos detectados con la vista y la comprensión de conversaciones a través del lenguaje. Dado que estas capacidades se desarrollan desde muy temprana edad, las barreras naturales para el acceso a la radio y televisión son relativamente bajas. Por el contrario,

la evolución del internet ha sido mucho más gradual por lo que su difusión ha requerido más tiempo, este cambio en curso continúa ampliando la gama de contenidos y plataformas, los cuales hacen del internet un canal de información con una oferta masiva y sumamente heterogénea para consumidores también muy variados. Sood y Lelkes (2018) —quienes centran su estudio en la relación entre conocimiento político e internet en los Estados Unidos— consideran que este ha aumentado considerablemente las oportunidades para acceder a información política, pero al mismo tiempo complejiza considerablemente el proceso para identificar y allegarse de la información política pertinente en la web. El usuario de internet y demás innovaciones digitales requiere la continua actualización de sus habilidades, las cuales poco a poco los separa más y más de aquellos que viven al margen o se han incorporado parcialmente a esta revolución digital.¹

La coexistencia entre un sector digital y otro analógico tiene múltiples efectos. Por ejemplo, algunos estudios sobre el mercado laboral estiman que la revolución tecnológica podría transformar entre 12 y 40% de las actividades laborales actuales, al reemplazar algunas tareas por otras (Arntz *et al.*, 2016; Frey y Osborne, 2017). Los empleos que se encuentran en mayor riesgo de transformación o directamente de eliminarse son aquellos más rutinarios y que requieren menores habilidades, los cuales son llevados a cabo por la mayor parte de la población de países de América Latina y del sur de Europa, por mencionar algunas regiones con ingresos medios. Por otra parte, en el ámbito político, la irrupción de la revolución digital ha producido que los políticos inviertan cada vez más recursos para profundizar

1 Hargittai (2002) fue una de las primeras autoras en identificar que los usuarios del internet lo utilizan de manera muy distinta, ya que varían sus capacidades para allegarse de datos veraces y la velocidad en que se allegan de esta información pertinente. A tales diferencias en las habilidades entre usuarios, esta autora las denomina «segundo nivel de la brecha digital».

su comunicación a través de plataformas digitales y dirigir la mayor parte de su oferta política hacia los usuarios de estas plataformas. Mientras tanto, sectores que han llegado con mayor lentitud a esta revolución digital insertan sus demandas sociales a través de canales cada vez más encapsulados como son los medios de comunicación tradicionales analógicos.

Un concepto clave surgido recientemente es el de *digital literacy* (alfabetización digital), el cual engloba las habilidades y competencias que desarrollan los usuarios para verificar información a la que son expuestos en internet y navegar seguros en la era digital. Un estudio conjunto entre el Pew Research Center y el Imagining the Internet Center de la Elon University (2020), el cual reunió a diversos expertos en innovación tecnológica, política pública y académicos, identificó a la falta de habilidades y competencias (*digital illiteracy*) en combinación con la expansión del acceso al internet, y la consiguiente exposición a inmenso alud de información, como una fórmula con peligrosos efectos para la democracia. Ya que la creciente complejidad del internet y la manipulación de las plataformas digitales, como las redes sociales, por parte de actores hostiles a la democracia o facciones políticas o económicas, exponen a los usuarios a información falsa e imprecisa a gran escala, y amenazan la puesta en marcha de las elecciones democráticas, las cuales debieran cimentarse en información contrastable.

Otro de los efectos generados por la revolución tecnológica y la brecha digital es el desarrollo de hábitos y percepciones contrapuestas entre la sociedad. Barreiro (2017), en su análisis del caso español, detectó patrones de voto, consumo y de valoraciones sobre instituciones o eventos, diferenciados en función del grado de inmersión o exclusión en la utilización de las nuevas tecnologías. Aquellos más inmersos sostienen patrones de consumo más inclinados por las vías digitales, lo cual los expone a un espectro mucho más amplio de bienes que termina por debilitar a los comercios más establecidos.

Algo similar ocurre con el mayor acceso a información política, el cual brinda nuevos y distintos parámetros para evaluar instituciones tradicionales de la sociedad como podrían ser los partidos políticos o la Iglesia.

Diversos investigadores se han concentrado en develar las razones detrás de estas disparidades en el acceso y habilidades para el uso del internet. Un subconjunto de factores bien establecido en la literatura especializada se encuentra integrado por variables socioeconómicas tales como niveles de ingresos y educativos, ubicación geográfica (rural vs. urbano, por ejemplo), raza (o etnia) y género, por mencionar algunos ejemplos (Guillén y Suárez, 2005; López-Roldán y Fachelli, 2021). De tal manera que, desde esta perspectiva, el uso de las nuevas tecnologías digitales reflejaría y, quizá, ahondaría las relaciones socioeconómicas preexistentes en una determinada sociedad. Este subconjunto de factores es el que se pondrá en juego este trabajo, con la intención de detectar algunas de sus relaciones con la importación que le otorgan a la red —específicamente algunas plataformas— y uso medios tradicionales analógicos para allegarse de información política-electoral.

Sin embargo, vale la pena mencionar que existen otras perspectivas explicativas alternativas sobre las disparidades en la distribución del acceso y uso del internet; trabajos futuros se podrían emprender para analizar la realidad social nuevoleonesa, así como otras realidades sociales. Por ejemplo, Milner (2006) defiende que, en lugar de los aspectos socioeconómicos, los factores políticos ejercerían una considerable influencia en impulsar o retener el uso del internet en determinadas sociedades. Desde esta perspectiva, se argumenta que aquellos grupos políticos que obtengan mayores beneficios derivados del uso del internet tenderán a promover la ampliación de su acceso. Mientras que, por el contrario, los sectores políticos más perjudicados por la utilización del internet obstaculizarían su utilización y acceso.

Asimismo, desde una óptica crítica se afirma que la distribución del acceso y utilización de las tecnologías de comunicación digitales en la sociedad se encuentra pautada por los intereses de empresas particulares. Bajo esta concepción, la red asemejada a una esfera pública sin intermediarios y de libre deliberación —como lo proponía Habermas (1989)— se encuentra alejada de la realidad, ya que se encontraría más cercana a un «gran centro comercial» sujeto a las fuerzas del mercado y que, por lo tanto, requiere la intervención estatal, para disminuir las concentraciones y el poder de mercado, así como las desigualdades producidas por este (McChesney, 1999; 2000).

LA CRECIENTE RELEVANCIA DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES: LAS REDES DE SOCIALES

Desde inicios de la década de 2000, la difusión del internet ha venido aparejada de innovaciones tecnológicas que han conseguido integrar el acceso a la red a dispositivos móviles (como los teléfonos celulares) y la creación de plataformas digitales como las redes sociales, que han conseguido incorporar a millones de personas como usuarios a estas plataformas. En su conjunto, esta convergencia de innovaciones tecnológicas ha dotado a los usuarios de la gran capacidad de conectar con nuevos usuarios para ampliar su red de contactos o «enjambres» y la posibilidad de mantener comunicación constante sin restricciones de tiempo y lugar, así como de acceder a una amplísima gama de información. Esto implica que en un periodo relativo corto de tiempo se han transformado las interacciones sociales, entre otros notables cambios en la vida diaria.

Las redes sociales, en específico, son plataformas digitales albergadas en la red que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico en alguna de estas plataformas, forjar una red en crecimiento de contactos con los cuales se cuenta con alguna conexión

y se distribuye información, así como mostrar esta red de contactos e identificar la red de contactos de otros usuarios (Boyd y Ellison, 2007). Dada su gran capacidad de transmisión e intercambio de información, las redes sociales se han convertido en una poderosa caja de resonancia de mensajes y en una herramienta indispensable para el terreno político. «Las redes sociales son un medio estratégico de comunicación y el éxito de una campaña política» (Vásquez-Rizo *et al.* 2021). Casi la totalidad de los candidatos a puestos de elección, partidos políticos y funcionarios públicos electos cuentan con perfiles en varias de estas plataformas de redes sociales, ya que si son utilizadas adecuadamente estas consiguen erigirse en un canal de comunicación y movilización eficaz. «Las redes sociales son hoy un medio de comunicación trascendental, el cual se debe articular a las maneras tradicionales de hacer política y tener en cuenta necesariamente en esta nueva realidad» (Vásquez-Rizo *et al.* 2021).

Facebook, por ejemplo, posibilita a sus usuarios proyectar un perfil personal en el cual puede insertarse contenido (ya sea enlaces a páginas web, texto, videos precargados o en vivo, e imágenes) que fluye continuamente para que la red de contactos pueda visualizarlos. Instagram es la segunda red social más utilizada en el mundo, tan solo por debajo de Facebook y por arriba de Twitter (Parmelee y Roman, 2019). Sus características distintivas son *posts* a los que se pueden incluir fotografías, texto, así como videos cortos que pueden ser ya sea momentáneos —denominadas *stories* en Instagram—, o permanecer hasta que el usuario lo determine. El contenido mostrado en Facebook e Instagram posee el potencial de atraer la atención y estimular las emociones y en política esto se traducen en influencia para incidir en la opinión pública y conducta política (Grabe y Bucy, 2009). Por su parte, millones de mensajes encriptados son enviados por WhatsApp, una red privada que permite comunicación instantánea entre redes cercanas.

LOS USUARIOS DE INTERNET Y REDES SOCIALES EN NUEVO LEÓN: ESTUDIOS Y CONTEXTO MEXICANO

Si bien es cierto que se ha reconocido ampliamente a la educación como un derecho humano fundamental² y que los países ponen en marcha diversas políticas públicas para alcanzar altas tasas de cobertura por parte de sus sistemas educativos, no se puede negar que también existe una clara relación directa entre el nivel de ingresos de un individuo y el nivel de escolaridad con el que cuenta.³ En México, por ejemplo, para el año 2020 el ingreso promedio trimestral monetario de una persona con posgrado completo o incompleto fue de \$69,332.00 en contraste con una persona cuyo nivel máximo de escolaridad fue de primaria completa su ingreso promedio trimestral monetario fue de \$10,551.00 (INEGI, 2021).

Este diferencial en los ingresos de las personas también está estrechamente relacionado con el acceso que tienen a los medios digitales, a través del concepto de brecha digital, abordado en el marco teórico de este trabajo.

Sin embargo, aunque la relación entre ingresos económicos y acceso y uso de internet en México sea notable, esta relación se encuentra a su vez intermediada por la edad. Por ejemplo, en 2020 hubo en

2 La Declaración Universal de Derechos Humanos —DUDH— de la Organización de Naciones Unidas, en su artículo 26 estableció que «Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos». Recuperado de https://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf

3 Esta relación es conocida y conceptualizada como teoría del capital humano y fue desarrollada por autores como Mincer (1958), Schultz (1960) y Becker (1964), la cual muestra, en síntesis, que el nivel de ingresos incrementa en función de la escolaridad alcanzada.

el país 84.1 millones de usuarios de internet, lo que representa 72% de la población de seis años o más de mexicanos; 28% de población restante considerada como población desconectada se encontraba concentrada (87.1%) en los niveles socioeconómicos —NSE4— bajo (D) y más bajo (E). Además, aproximadamente la mitad (46.2%) de esta población desconectada tenía 55 años o más (Asociación de Internet MX, 2021), lo que coloca a la edad como un factor a tomar en cuenta para explicar la brecha digital.

A pesar de que tanto el factor socioeconómico como la edad producen disparidades en el acceso al internet y, por consiguiente, a las redes sociales, ambos se manifiestan de manera distinta. El primero como una imposibilidad derivada de una barrera difícil de superar y que impide acceder a su uso, mientras que el segundo elemento se encuentra vinculado a la falta de las habilidades necesarias cuya insuficiencia inhibe la utilización de la red. Tal situación es consistente con los principales motivos esgrimidos por los mexicanos para decidir no hacer uso del internet, ya que 41.6% afirmó no saberlo usar, o bien, de quienes declararon la existencia de una barrera económica (25.6% confirmó que les era costoso) que les impide su acceso (Asociación de Internet MX, 2021). De tal manera que con esta información se puede aseverar que en México el uso de las redes sociales se encuentra muy probablemente concentrada en un perfil de usuario joven, residente de ciudad y de niveles socioeconómicos medios y altos, lo cual tiene incidencia sobre el diseño de estrategias para influir en la opinión pública conformada en estos espacios digitales (Zamora, 2020).

Por otra parte, de la relación de los mexicanos con las redes sociales lo primero que resalta es que los usuarios de estas redes acceden a ellas con frecuencia diaria (91.4%), atraídos por el flujo dinámico y la exposición continua a información pautaada por las selecciones previas de los mismos usuarios; información que va desde noticias con relevancia pública hasta eventos cercanos como por ejemplo los familiares. En su conjunto, esto hace sumamente atractivo el uso frecuente de estas plataformas digitales. El dispositivo móvil más utilizado por

los mexicanos para acceder a las redes sociales es el teléfono celular (92.5%), mientras que el conocimiento sobre la existencia de redes sociales se encuentra correlacionado con la tenencia de una cuenta activa en estas; WhatsApp es la más usada (91%), seguida por Facebook (81.9%) y YouTube (45.7%) (Asociación de Internet MX, 2021).

En cuanto al papel que juegan las nuevas tecnologías en los procesos electorales, el proyecto Delphos 2012, el cual analizó las elecciones federales de ese año en México, encontró que hubo una apropiación distinta de las redes sociales por parte de los ciudadanos y de los políticos. Del lado de la ciudadanía, se evidenció que las nuevas tecnologías originaron la creación de un nuevo segmento de opinión, adicional al de la minoría crítica e informada y a la gran mayoría informada principalmente a través de medios analógicos tradicionales, como la radio, televisión, periódicos y revistas. Este nuevo segmento de opinión se compone por usuarios de internet que diariamente comparten opiniones movidos por su interés en temas políticos (Equipo Delphos 2012, 2013). Mientras que por parte de los políticos se encontró que su comunicación político-electoral tendió a saturar a la audiencia, como reflejo de su aprovechamiento del espacio ilimitado ofrecido por la red y la ausencia de regulación de contenidos vía internet.

Los estudios sobre los usuarios nuevoleonenses de las redes sociales en su relación con algunos aspectos políticos

Las elecciones periódicas y competitivas son requisito fundamental de la democracia. En los procesos electorales, el votante juega un rol esencial. Derivado de esta premisa, se han desarrollado múltiples estudios sobre las actitudes, percepciones, conocimientos, el contexto de cultura política, así como el perfil socioeconómico del elector, con la intención de comprender las motivaciones e intereses que podrían explicar el comportamiento del votante. En este sentido,

a la luz de esta «multiplicidad de dimensiones» para «abordar el fenómeno del votante» (Berlanga Santos y Vázquez-Ferrel, 2009, p. 17), la Comisión Estatal Electoral Nuevo León en el año 2009 publicó la investigación *Perfil del elector neoleonés*⁴ (Vázquez-Ferrel *et al.* 2009). Esta se organizó en cinco capítulos, en que se dedican apenas tres páginas a las nuevas tecnologías de información e internet y su función de canal de información política, a los cuales en ese entonces los nuevoleonés les atribuían poca importancia.

Este primer estudio fungió de referencia para emprender —10 años después— nuevamente una investigación para abordar el comportamiento de los votantes en el estado de Nuevo León, pero ahora con la incorporación al análisis de los efectos la reforma electoral del año 2014, así como elementos contextuales en el estado de Nuevo León relativos al proceso electoral de 2018. Esta nueva investigación, publicada en 2019 bajo el nombre de *Perfiles del electorado nuevoleonés* (Díaz Domínguez y Vázquez-Ferrel, 2019), se organizó en tres apartados sustantivos: i) Votos y elecciones; ii) Ciudadanía, valores y relaciones con los partidos políticos; y iii) Redes sociales.⁵

La dedicación de un apartado exclusivo a las redes sociales —integrado por dos artículos—, después de 10 años de publicado el primer estudio, cuyo contenido aborda en poco más de un par de páginas a las nuevas tecnologías e internet, da cuenta del fuerte y súbito surgimiento de los medios digitales y especialmente de plataformas como las redes sociales, como canal de comunicación política eficaz, entre los nuevoleonés.

4 El estudio se realizó en el año 2008, en conjunto con la Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (EGAP), la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad de Monterrey (UDM), y la Universidad Regiomontana (UR).

5 Estos tres apartados integraron una variada gama temática sustentada empíricamente por una encuesta amplia y robusta levantada con ese propósito auspiciada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

En ese entonces, el perfil de quienes usaban más los medios digitales en el estado de Nuevo León era de hombres, jóvenes, con estudios universitarios o superiores y solteros, y además eran quienes reportaban una mayor actividad en organizaciones sociales.⁶ Otro hallazgo interesante se encuentra relacionado con el hecho de que los medios por los cuales acceden los ciudadanos a información política, tradicionales o digitales, no están relacionados con el nivel de interés en política que los encuestados tienen.

Adicionalmente, al investigar la influencia que tienen algunos actores sobre la decisión del voto, se detectó que la opinión de la familia siguió siendo la más influyente tanto para usuarios de medios tradicionales como de medios digitales. Sin embargo, fue mayor la influencia de los partidos políticos y los candidatos, en los usuarios de medios tradicionales, ya que en usuarios de medios digitales la influencia de las redes sociales fue mayor. En cuanto a la ideología, por último, se encontró que los usuarios de medios digitales en el estado de Nuevo León se ubican un poco más hacia la centroizquierda y los usuarios de medios tradicionales un poco más a la derecha (Rojas, 2019).

En este apartado sustantivo, dedicado a las redes sociales en Nuevo León, además se identificó a WhatsApp como un mecanismo de socialización virtual entre las mujeres del estado para informarse sobre política, lo que además de incrementar el conocimiento sobre hechos políticos también aumenta el apoyo para candidatas. Esto sugiere que «las vías tradicionales para socializar y allegarse de información política eventualmente pueden ser sustituidas por mecanismos virtuales de socialización, como las redes sociales, y una red oculta en particular» (Benavides y Díaz, 2019).

6 La autora del artículo realizó una diferencia de medias que fue significativamente diferente de cero, entre usuarios de medios digitales y los de medios tradicionales. Esta diferencia evidenció que quienes se enteraban de política a través de los medios digitales, en promedio participaron en 2.33 organizaciones, mientras que quienes lo hacían a través de medios tradicionales, en promedio participaron en 1.38 organizaciones civiles.

ANÁLISIS SOBRE LAS BRECHAS DIGITALES EN NUEVO LEÓN: ALGUNOS DE SUS EFECTOS POLÍTICOS Y ACTITUDINALES

Como se pudo observar en el apartado previo, la Comisión Estatal Electoral, a través del auspicio de investigaciones sobre los perfiles del electorado en Nuevo León en los años 2009 y 2019, ha contribuido al conocimiento en materia de cultura democrática en el estado. En este mismo sentido, en 2021 se llevó a cabo una nueva encuesta en el contexto de las elecciones estatales de Gobernador, Diputados y Ayuntamientos. Dicho estudio cuenta con una cobertura de 1,110 encuestados en distintos municipios tanto de la zona metropolitana de Monterrey como de otras zonas rurales del estado de Nuevo León.

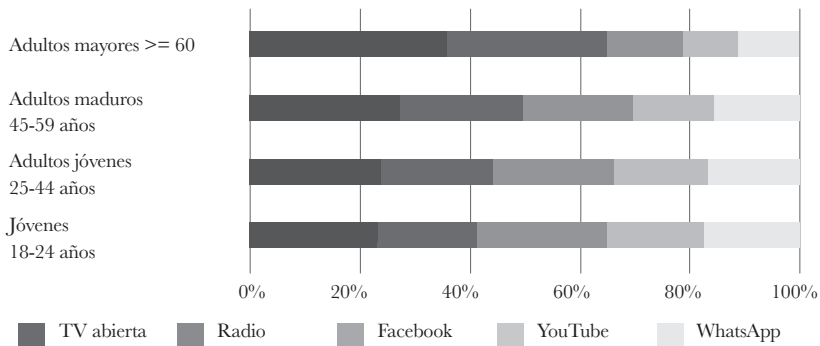
La encuesta —constituida por 69 preguntas— abarca distintas temáticas de percepción sobre la democracia y su funcionamiento, las problemáticas presentes en el país, en el estado y en el municipio, los roles del Gobierno y la ciudadanía, el interés en política, la preferencia partidista, la votación en elecciones pasadas, el seguimiento a campañas políticas locales y federales, las razones para ir o no a votar y por quién votar, la participación en organizaciones sociales, los actores con quienes se habla de política y la influencia de estos sobre el voto, ideología propia, de los partidos políticos y de los candidatos, las experiencias previas con políticos, gobernantes e instituciones, preguntas sobre actualidad política y electoral, el progreso de las instituciones en Nuevo León sobre ciertos temas, entre otras. Resalta además un apartado de cuatro preguntas sobre el COVID-19, relacionadas con contagio, pérdida de trabajo, y respuesta de los Gobiernos a esta pandemia.

Las preguntas contenidas en la encuesta que son relevantes para el análisis exploratorio de este trabajo son las siguientes: 1) los medios que consideran los encuestados como principal fuente de información política; 2) nivel de ingresos; 3) edad; 4) ubicación geográfica, ya sea metropolitana o rural; y 5) educación, como el conjunto de factores socioeconómicos. Mientras que para considerar algunos

de los posibles efectos de la brecha digital son utilizadas las siguientes variables: 1) confianza en las elecciones; 2) asistencia a la iglesia; y 3) partidos por los que nunca votaría.

La Gráfica 1 muestra la relación entre edad y qué tan importante fueron los medios tradicionales analógicos (radio y televisión abierta) y algunos de los medios digitales (Facebook, YouTube y WhatsApp) como fuentes de información para las presentes campañas electorales. Los medios tradicionales están representados por el color más oscuro a la izquierda de la gráfica.

GRÁFICA 1
MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA EDAD



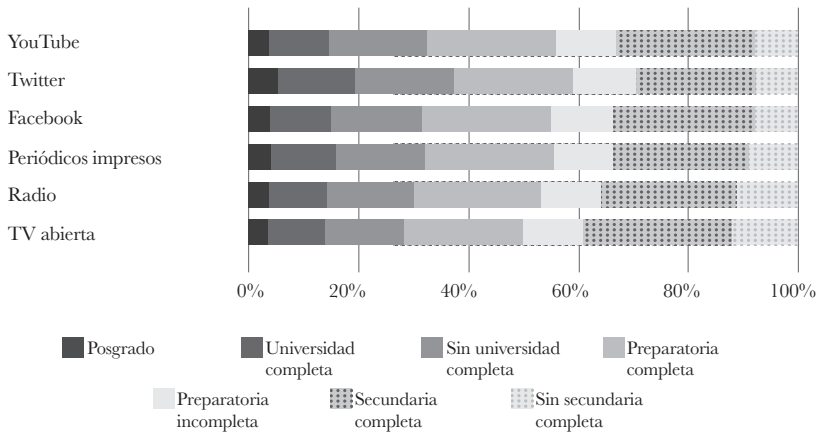
Fuente: elaboración propia con base en la encuesta Perfil elector nuevoleonés.

Como se puede observar, la mayoría de los adultos mayores, de 60 años y más, consideran a los medios tradicionales (televisión abierta y radio) como fuentes de información más importantes en comparación con las plataformas digitales. En contraste, ni siquiera la mitad de los jóvenes o los adultos jóvenes consideran estos medios tradicionales como fuentes de información importantes. Esta información evidencia la brecha digital en la utilización de las nuevas tecnologías como canales de comunicación política, así como el

encapsulamiento de los medios de comunicación analógicos tradicionales y sus usuarios, especialmente las generaciones con mayor edad.

Por otra parte, la Gráfica 2 representa la relación entre la escolaridad —medida por el nivel máximo de estudios alcanzado— y la importancia otorgada por los entrevistados a los medios tradicionales (periódicos impresos, radio y televisión abierta), y de algunos medios digitales (YouTube, Twitter y Facebook). Para representar los grados de escolaridad más altos se usó un color más intenso, y el color más claro representa las respuestas con menores grados de escolaridad.

GRÁFICA 2
MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA ESCOLARIDAD



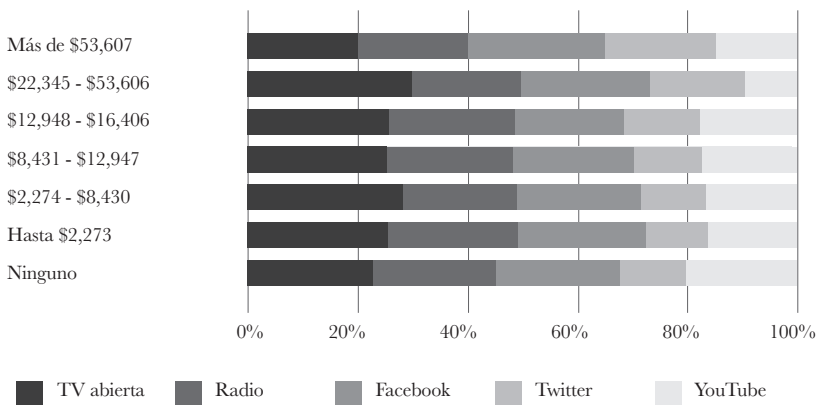
Fuente: elaboración propia con base en la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

La Gráfica 2 revela que la televisión abierta encuentra usuarios en los distintos niveles de escolaridad. Sin embargo, 50% de quienes consideran la televisión abierta como importante alcanzan como mínimo preparatoria completa, el porcentaje más alto en comparación con los otros medios de comunicación, los cuales consiguen porcentajes

más elevados si se suman grados académicos superiores. Esta información muestra una clara brecha digital vinculada a la escolaridad. Por su parte, Twitter concentra la más alta proporción de encuestados con nivel de posgrado y de universidad completa.

Por su parte, la Gráfica 3 representa la relación entre los ingresos familiares mensuales y el uso de medios tradicionales de comunicación (televisión abierta y radio), y de algunos medios digitales (Facebook, Twitter y YouTube). Los medios tradicionales están representados por el color más oscuro a la izquierda de la gráfica.

GRÁFICA 3
MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA INGRESOS



Fuente: elaboración propia con base en la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

Se puede observar que quienes consideran de menor importancia a la televisión como fuente de información política en estas campañas son aquellos hogares con los mayores ingresos. Por otro lado, 20% de quienes afirmaron no contar con ingresos considera a YouTube como una fuente importante de información política, y esta es la

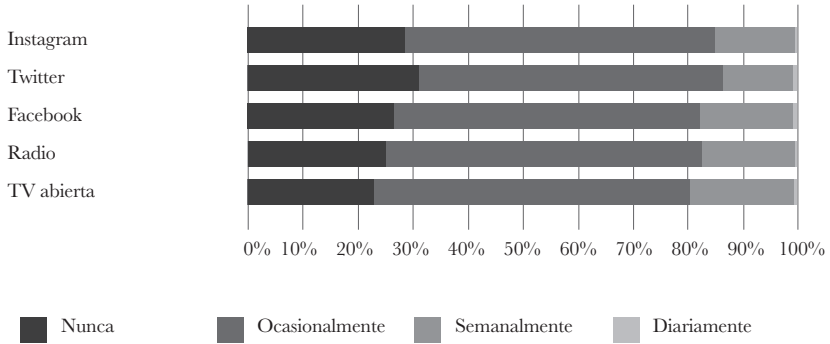
mayor proporción dentro de los distintos rangos de ingresos. Resalta además que la proporción de quienes consideran importante Twitter va incrementándose conforme aumentan los ingresos del hogar.

La Gráfica 4 representa la relación entre frecuencia de asistencia a la iglesia —en una categoría que denominamos religiosidad— y quienes consideran importantes algunos medios tradicionales de comunicación (radio y televisión abierta) o algunos medios digitales (Instagram, Twitter y Facebook). Para representar las respuestas asociadas a menor religiosidad, es decir, a una menor frecuencia de asistencia a la iglesia, se usó un color más intenso, en contraste el color más claro representa una alta frecuencia de ir a recintos religiosos.

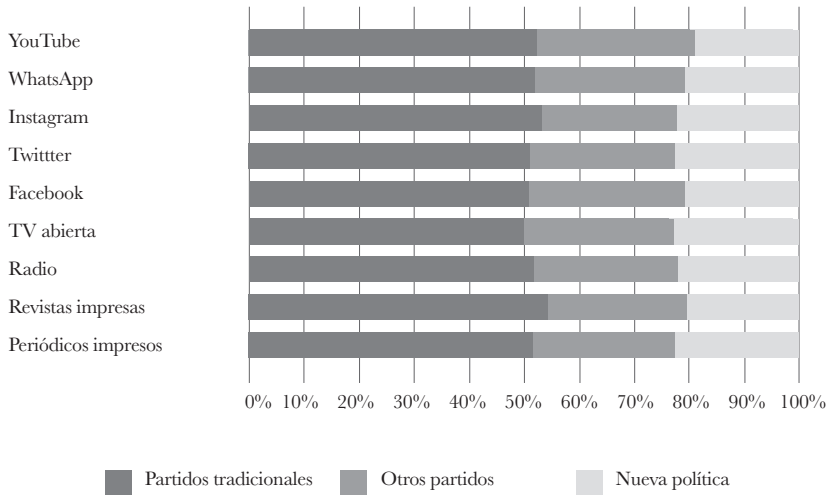
En la Gráfica 4 llama la atención la semejanza en el comportamiento entre quienes consideran como importantes aportadores de información política a la radio y Facebook. Alrededor de 20% de quienes consideran importantes a ambos distintos medios confirmaron asistir con frecuencia diaria a la Iglesia. Adicionalmente, la tercera parte de quienes consideran como fuente de información importante a Twitter nunca acuden a la iglesia. Mientras que quienes consideran a la televisión abierta como importante aportadora de información política, presentan el menor porcentaje de quienes afirmaron que nunca van a la iglesia, lo cual pudiera considerarse una implicación de la brecha digital.

Por otra parte, la Gráfica 5 representa la relación entre el rechazo partidista —medida como los partidos políticos por los cuales los encuestados nunca votarían— y quienes consideran a los medios tradicionales de comunicación (televisión abierta, radio, revistas y periódicos impresos), y los medios digitales (YouTube, WhatsApp, Instagram, Twitter y Facebook). Las categorías están definidas como partidos tradicionales —Partido Acción Nacional (PAN) y Partido Revolucionario Institucional (PRI)—, nueva política —Movimiento Ciudadano y Movimiento Regeneración Nacional (Morena)— y otros partidos —Partido del Trabajo (PT), Partido Nueva Alianza (PANAL), Partido Verde, Redes Sociales Progresistas (RSP), Fuerza por México—.

GRÁFICA 4
MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA RELIGIOSIDAD



GRÁFICA 5
MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA RECHAZO PARTIDISTA



*Fuente de ambas tablas: elaboración propia con base en la encuesta
Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.*

De la Gráfica 5 se puede concluir que el rechazo más alto lo reciben los partidos tradicionales, ya que en todos los medios —tanto tradicionales como digitales— por lo menos la mitad de los encuestados afirmaron que nunca votarían por el PAN o el PRI. Sin embargo, este rechazo es variable. Por ejemplo, quienes consideran a la televisión abierta como aportadora de información política relevante presentan el menor rechazo a los partidos tradicionales, seguida por los usuarios de Facebook. Por el contrario, estos mismos encuestados que estiman a la televisión abierta como aportadora de información importante presentan el mayor rechazo a los partidos agrupados bajo la categoría nueva política, seguidos por quienes consideran a los periódicos impresos y luego a Twitter como proveedores de información importante.

Asimismo, la Gráfica 6 muestra la relación entre la percepción que tienen los entrevistados sobre la credibilidad de las elecciones en Nuevo León y quienes consideran a algunos medios tradicionales de comunicación (radio y televisión abierta) y de algunos medios digitales (YouTube, Twitter y Facebook) como proveedores de información política importante para estas campañas.

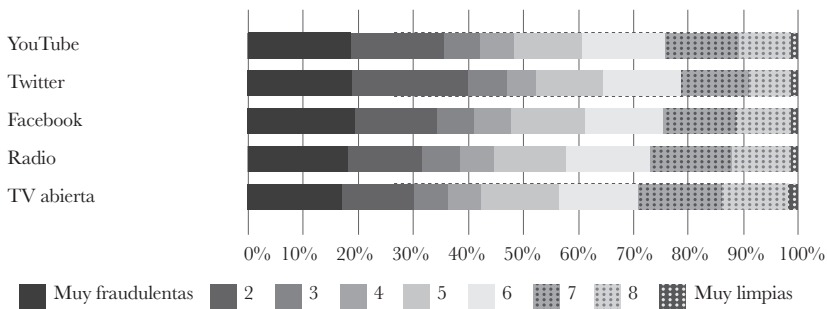
Como se puede observar en la Gráfica 6, quienes consideran a los medios tradicionales analógicos (televisión abierta y radio) como fuentes de información importantes política presentan los porcentajes más bajos entre quienes perciben a las elecciones en Nuevo León como fraudulentas, esto en comparación con quienes consideran a los medios digitales como fuente importante para informarse en las elecciones. Esto podría deberse al tipo de contenido consumido en los diferentes medios. En los medios analógicos tradicionales, por ejemplo, la información se encuentra más controlada, en el sentido que existen filtros previos a la información que es comunicada. Por el contrario, los medios digitales son espacios en los cuales los usuarios reciben y transmiten información libre de intermediarios.

De los resultados arrojados se podría deducir que pareciera que quienes consideran a las redes sociales como proveedoras de información

política importante se concentran en edades jóvenes, especialmente de los 18 a 40-44 años, suelen contar con la preparatoria completa e iniciados o concluidos los estudios universitarios. En concreto, los que le dan relevancia a la información política generada por Twitter, YouTube y en mucha mayor medida Instagram, parecen relacionarse con rechazar la idea de nunca votar por nuevos partidos políticos. Asimismo, los encuestados que tienen en alta consideración a la información política difundida por Twitter están relacionados de manera negativa y con relevancia estadística con la asistencia a la iglesia y tanto quienes tienen en alta consideración a la información política por esta red como la proveniente de Instagram se encuentran relacionados con una percepción negativa respecto la limpieza de las elecciones en el estado.

GRÁFICA 6

MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES CONTRA CONFIANZA EN LAS ELECCIONES



Fuente: elaboración propia con base en la encuesta *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021*.⁷

Ambos grupos probablemente mantienen una actitud crítica con la actual calidad de las elecciones en el estado. De tal manera que son

7 La medición de la confianza en las elecciones está en una escala de 1 a 9, en la cual 1 significa «Muy fraudulentas» y 9 significa «Muy limpias».

tres las relaciones detectadas entre quienes le otorgan importancia a la información política difundida por las redes sociales: la apertura hacia los nuevos partidos políticos, una actitud crítica hacia los procesos electorales en Nuevo León y, en menor medida, débil asistencia a la iglesia (pero es fuerte tal asociación negativa para el caso de Twitter).

Por otra parte, la Tabla 1 muestra los resultados de ocho modelos de regresión binomiales, en los cuales la variable dependiente son aquellos encuestados que consideran importante o algo importantes específicas fuentes de información analógicas tradicionales, así como las redes sociales según su denominación. Con estos modelos no se pretende argumentar sobre causalidades, sino más bien detectar asociaciones entre variables que permitan complementar la información graficada anteriormente. Así como establecer diferencias y similitudes, por ejemplo sociodemográficas, en las preferencias políticas y actitudinales, en función de la importancia dada a cada una de las fuentes de información analizadas.

Por lo tanto, pareciera que los usuarios de las redes sociales se concentran en edades jóvenes, especialmente de los 18 a 40-44 años, suelen contar con la preparatoria completa e iniciados o concluidos los estudios universitarios, acostumbran vivir, predominantemente, en zonas urbanas. Por otra parte, los usuarios de Twitter, YouTube, y en mucho mayor medida Instagram, parecen rechazar la idea de nunca votar por nuevos partidos políticos. Asimismo, los consumidores de información política generada por Twitter se relacionan estadísticamente con la inasistencia a la iglesia y tanto los usuarios de esta red como los de Instagram suelen percibir poco limpias las elecciones en el estado; por lo que es probable que los usuarios de las redes sociales sostengan una actitud crítica con la calidad de las elecciones en el estado. De tal manera que tres de los efectos que parecieran vincularse con la utilización de las redes sociales para informarse de política es la apertura hacia los nuevos partidos políticos, una actitud crítica hacia los procesos electorales en Nuevo León y, en menor medida, débil asistencia a la iglesia.

TABLA 1
RESULTADOS REGRESIONES BINOMIAL

	<i>Twitter</i>	<i>Facebook</i>	<i>Youtube</i>	<i>Instagram</i>	<i>Radio</i>	<i>Periódicos</i>	<i>Revistas</i>	<i>TV</i>
Constante	.154 (.388)	2.554*** (.452)	1.344*** (.402)	-.270 (.411)	.597 (.424)	-.098 (.411)	.587 (.374)	-.378 (.473)
Nivel de escolaridad	.119*** (.030)	.117*** (.033)	.092** (.030)	.130*** (.031)	.062* (.031)	.088** (.031)	.092* (.029)	.051 (.038)
Calidad elecciones Nuevo León	-.080** (.031)	-.045 (.032)	-.009 (.029)	-.060* (.031)	.111*** (.031)	.062 (.029)	.018 (.029)	.243*** (.039)
Edad	-.027*** (.006)	-.050*** (.006)	-.037*** (.006)	-.026*** (.006)	.004 (.006)	-.004 (.006)	-.018*** (.006)	.011 (.007)
Ingresos	.039 (.036)	.006 (.039)	-.051 (.035)	.031 (.037)	.047 (.036)	.083* (.036)	-.012 (.035)	.056 (.043)
Asistencia a la iglesia	-.321** (.114)	-.068 (.120)	.000 (.110)	-.207 (.115)	-.283** (.114)	-.245* (.109)	-.271** (.108)	-.042 (.136)
Metropolitano	.421** (.200)	.176 (.202)	.196 (.185)	.369 (.201)	-.349 (.196)	.341 (.183)	.355* (.183)	-.114 (.223)
Rechazo p.p. tradicionales	.060 (.205)	-.245 (.221)	-.279 (.201)	.000 (.204)	-.167 (.216)	-.101 (.208)	-.415* (.201)	-.053 (.265)
Rechazo p.p. nuevos	-.527** (.172)	-.323 (.180)	-.399** (.164)	-.648*** (.172)	-.57*** (.171)	-.582*** (.165)	-.74*** (.164)	-.331 (.204)
N	850	850	850	850	850	850	850	850
R cuadrado de Nagelkerke	.15	.18	.11	.15	.06	.10	.10	.09

Fuente: elaboración propia con base en la encuesta *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021*.

Entre quienes consideran a la radio, periódicos y revistas como sus principales fuentes proveedoras de información política, existen mayores probabilidades que se encuentren por encima de los 40 años, debilitándose esta relación directa entre edad y quienes consideran a la televisión abierta como su fuente de información política

predilecta. Por otra parte, aunque la relación entre estudios y medios analógicos tradicionales sigue siendo estadísticamente relevante, esta pierde fuerza y se aminora completamente para el caso específico de la televisión abierta, esto pareciera indicar una brecha educacional reforzada por la brecha digital. Asimismo, no existe claridad respecto a alguna predominancia geográfica, de tal manera que habría una dispersión de los usuarios de medios tradicionales analógicos en el Estado, salvo para el caso de quienes se informan principalmente a través de revistas, ya que hay una asociación estadística relevante entre estos usuarios con la ubicación metropolitana.

Por otra parte, tanto los usuarios de radio, periódicos y revistas tienen una mucha menor inclinación a asistir a la iglesia, así como también quienes consideran importante la información política aportada por la radio y periódicos rechazarían la idea de nunca votar por nuevos partidos, mientras quienes se informan por revistas rechazan *per se* negarse a votar nunca tanto por los nuevos como por lo partidos tradicionales. Estos, por lo tanto, representan la mayor apertura partidista. No existe fortaleza estadística alguna sobre la relación entre el consumidor de información política por medio de la televisión abierta con rechazo o falta de rechazo a los partidos políticos en general, tal vez debido a la fuerza de comunicación política transversal que mantiene la televisión abierta en Nuevo León. Un claro contraste con los usuarios de las redes sociales es que quienes consumen información política a través de los medios tradicionales le dotan de mucho mayor credibilidad a los procesos electorales en Nuevo León, especialmente aquellos que utilizan radio y televisión abierta.

CONSIDERACIONES FINALES

En este trabajo se emprendió un análisis de la «brecha digital», a la luz de las fuentes de información política en el estado de Nuevo León, en función de los perfiles socioeconómico de los usuarios de

estas maneras de informarse. Para elaborar estos perfiles se tomaron en cuenta características tales como la edad, ingresos, ubicación geográfica, educación y salarios. Asimismo, se destacó que esta «brecha digital» genera a su vez efectos sobre valoraciones respecto instituciones clave y procesos políticos sustantivos, por ejemplo, variaciones en el rechazo o ausencia de este hacia las nuevas o tradicionales fuerzas político-partidistas, en el sostenimiento de actitud una crítica frente a la calidad de los procesos electoral y la (in)asistencia a la iglesia.

Sin embargo, los fenómenos sociales son objetos de análisis sumamente complejos. En el mundo real, no existen perfiles socioeconómicos puros perfectamente relacionados con la utilización de alguna red social o medio de comunicación tradicional analógico; más bien, lo que encontramos son traslapes entre los perfiles socioeconómicos, que a su vez presentan diferentes intensidades en la utilización de múltiples medios de comunicación.

Del mismo modo, tanto la «brecha digital» como sus efectos no operan en el vacío. En la realidad, esta «brecha digital» se superpone con otras más «brechas». Por lo que el estudio de estas superposiciones debiese añadirse a nuevos análisis, por ejemplo indagar en la relación entre desigualdades en la participación política, económicas, de género y laborales, con las habilidades y competencias necesarias para utilizar las nuevas tecnologías. Futuras investigaciones deberían profundizar con mayor detalle en estas relaciones, para aportar elementos objetivos como insumos al diseño de políticas públicas enfocadas en la disminución de las disparidades en las habilidades digitales y en mitigar los peligros de sus efectos adversos.

REFERENCIAS

- Anderson, Janna y Raine, Lee (2020). *Many Experts Say Digital Disruption Will Hurt Democracy*. Pew Research Center: Internet, Science and Tech.
- Arntz, Melanie, Gregory, Terry y Zierahn, Ulrich (2016). «The risk of automation for jobs in OECD countries: a comparative analysis», OECD Social, *Employment and Migration Working Papers*, no. 189.
- Asociación de Internet MX y The Competitive Intelligence Unit (2021). 17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de internet en México 2021. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet> el 17 de noviembre de 2021.
- Barreiro, Belén (2017). *Lo saciedad que seremos: digitales, analógicos y empobrecidos*. Barcelona: Planeta.
- Benavides, Guillermina y Díaz, Alejandro (2019). Género, política y redes sociales en 2018. En Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez-Ferrel, Carlos (cords.). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Recuperado de https://www.ceenl.mx/perfiles/documentos/perfiles_libro_2019.pdf el 1 de diciembre de 2021.
- Berlanga Santos, José Luis y Vázquez-Ferrel, Carlos (2009). Bases teóricas del estudio sobre el perfil del electorado neoleonés. En Vázquez-Ferrel, Carlos, Berlanga Santos, José Luis y Cantú Escalante, Jesús (eds.). *Perfil del elector neoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Boyd, Danah y Ellison, Nicole (2007). «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, no. 1, pp. 210–230.
- Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez-Ferrel, Carlos (2019). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Equipo Delphos 2012 (2013). Balance 2012 y prospectiva de la comunicación electoral. En Jara, José Rubén y Garnica, Alejandro (comps.) *Audiencias saturadas, comunicación fallida. El impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*. México, D. F.: Grupo Delphi.

- Frey, Carl y Osborne, Michael (2017). «The future of employment: How susceptible are jobs to computerization?», *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 114, enero, pp. 254-280.
- Grabe, Maria y Bucy, Erik (2009). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. Oxford: Oxford University Press.
- Guess, Andrew M. y Munger, Kevin (2021). «Digital Literacy and Online Political Behavior», *Political Science Research and Methods*, pp. 1-19. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/psrm.2022.17>
- Guillén, Mauro F., y Suárez, Sandra L. (2005). «Explaining the Global Digital Divide: Economic, Political and Sociological Drivers of Cross-National internet Use», *Social Forces*, vol. 84, no. 2, pp. 681-708.
- Habermas, Jürgen (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hargittai, Eszter (2002). «Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills», *First Monday*, vol. 7, no. 4. Recuperado de <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>
- INEGI (2021). Comunicado de prensa no. 400/21 del 28 de julio de 2021. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2020. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/enigh2020.pdf> el 24 de noviembre de 2021.
- López-Roldán, Pedro y Fachelli, Sandra (eds.) (2021). *Towards a Comparative Analysis of Social Inequalities between Europe and Latin America*. Cham: Springer International Publishing. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48442-2>
- McChesney, Robert (1999). *Rich Media, Poor Democracy*. Champaign, IL: University of Illinois Press.
- (2000). So Much for the Magic of Technology and Free Market: The World Wide web and the Corporate Media System. En Herman, Andrew y Swiss, Thomas (eds.). *The World Wide web and Contemporary Cultural Theory: Magic, Metaphor and Power*. Nueva York: Routledge.
- Milner, Helen V. (2006). «The digital divide: The role of political institutions in technology diffusion», *Comparative Political Studies*, vol. 39, no. 2, pp. 176-199. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0010414005282983>

- Norris, Pippa (2001). *Digital divide. Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Parmelee, John y Roman, Nataliya (2019). «Insta-Políticos: Motivations for Following Political Leaders on Instagram», *Social Media + Society*, abril-junio, pp. 1-12.
- Rojas, Azucena (2019). ¿El uso de medios digitales influye en el comportamiento político de los ciudadanos? En Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez-Ferrel, Carlos. *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Recuperado de https://www.ceenl.mx/perfiles/documentos/perfiles_libro_2019.pdf el 1 de diciembre de 2021.
- Sood, Gaurav y Lelkes, Yphtach (2018). Don't Expose Yourself: Discretionary Exposure to Political Information. En *Oxford Research Encyclopedias*. Oxford: Oxford University Press.
- Vázquez-Ferrel, Carlos, Berlanga Santos, José Luis, Cantú Escalante, Jesús et al. (2009). *Perfil del elector neoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Vásquez-Rizo, Fredy Eduardo, Murgueitio-Echeverri, Melissa, y Jiménez-Trochez, María Alejandra (2021). «Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político», *Anagramas Rumbos y sentidos de la comunicación*, vol. 19, no. 38, pp. 69-86. Recuperado de <https://doi.org/10.22395/anqr.v19n38a4>
- Zamora Saenz, Itzkuauhtli (2020). «Una aproximación a la ciudadanía digital en México: acceso, habilidades y participación política», *Cuaderno de investigación*, no. 72, pp. 27. Ciudad de México: Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República. Recuperado de <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/5094> el 18 de noviembre de 2021.

LA DIVERSIDAD EN EL USO DE MEDIOS PARA INFORMARSE DE POLÍTICA DE LAS Y LOS ELECTORES DE NUEVO LEÓN

Azucena Rojas Parra

INTRODUCCIÓN

La elección de 2021 en el estado de Nuevo León se caracterizó por un cambio de tendencia en la preferencia de las y los electores durante los meses de campaña. En el seguimiento de diversas encuestas publicadas, se observó que antes de marzo la candidata de la coalición «Juntos Haremos Historia en Nuevo León», Clara Luz Flores, encabezaba la mayoría de los sondeos. Posteriormente, a partir de mediados de ese mes la tendencia cambió coincidiendo con un escándalo mediático de la candidata. A partir de ese momento, diversas encuestas mostraron que el candidato de la coalición «Va Fuerte por Nuevo León», Adrián de la Garza Santos, se acercaba o tomaba la delantera. Finalmente, después de otros eventos de campaña, en el último tramo de la elección el candidato de Movimiento Ciudadano, Samuel García Sepúlveda, se posicionó al frente de la mayoría de los sondeos, terminando como ganador (Galindo, 2021). Las distintas mediciones durante la campaña y el resultado final testifican que la ciudadanía estuvo de alguna manera atenta a los acontecimientos que probablemente influyeron en su opinión y decisión electoral final.

Este capítulo tiene como objetivo contribuir a una pregunta general en la ciencia política: cómo influye el flujo de información verídica en las campañas políticas en las y los electores. En particular, con los datos facilitados por la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021 se quiere identificar qué tipos de medios utilizan las personas en Nuevo León para informarse sobre política y si el patrón en los perfiles de uso de medios es correspondiente con la tendencia esperada de un mayor uso de redes sociales o si este comportamiento se da de manera distinta. El capítulo se iniciará con una revisión teórica sobre las preferencias políticas, la influencia de los medios y la información política en la ciudadanía, al plantear los avances que se han realizado en México. En segundo lugar, se realizará un análisis comparado de los patrones de consumo de información política reportada por las personas encuestadas en el levantamiento realizado por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León hace tres años (Díaz Domínguez y Vázquez Ferrel, 2019) con el realizado en 2021. El propósito será analizar si se encuentran diferencias en las tendencias observadas con anterioridad. Finalmente, se analizará si se existen o no diferencias en diversas actitudes políticas de las personas entrevistadas según el perfil de consumo de información política, ya sea desde uno muy tradicional hasta uno muy digital. La identificación de dichos perfiles mediáticos se realizará con un análisis de componentes principales,¹ mediante el cual se intenta realizar una clasificación más precisa y cercana a la realidad de la interacción de las personas con múltiples medios.

1 El análisis de componentes principales es una técnica que ayuda a reducir la dimensionalidad de variables relacionadas con un mismo concepto, en este caso el concepto a reducir es perfiles de consumo de medios políticos para enterarse de política en campañas electorales. Se utilizarán dos baterías de preguntas relacionadas con este concepto. Para profundizar, véase Labrin y Urdinez (2021).

REVISIÓN TEÓRICA SOBRE LA INFLUENCIA DEL CONTEXTO MEDIÁTICO COMO ELEMENTO PARA LAS DECISIONES POLÍTICAS DE LAS Y LOS ELECTORES

Una rama importante de la literatura en ciencia política se ha enfocado en entender qué influye en las personas para que reporten una determinada preferencia en la política. Uno de los elementos centrales de la democracia, la cual no se reduce a la celebración de elecciones libres y justas, es que se permita el flujo de información, sea durante los periodos de campaña por parte de las y los contrincantes para que las y los electores puedan decidir por quién votar, o en cualquier otro tiempo, es decir, no solo en época electoral. Se este modo, la información forma parte de ese mínimo necesario que hace que nuestros regímenes políticos sean llamados democracias (Przeworski, 2018).

En tiempos electorales generalmente existe la pregunta sobre si las personas ya definieron sus preferencias políticas antes de la elección o si la información que se brinda durante la campaña puede influir para que las personas cambien sus preferencias. Esto es lo que llamamos cristalización; es decir, el momento en el cual se satura el nivel de información requerido y se toma una decisión.

La llegada de los medios masivos de información abrió la puerta para preguntarse si la influencia de los medios es directa o si es mediada por otros factores que no están vinculados con estos. Es así como dos ramas de la literatura se entremezclan, la que estudia las preferencias políticas y la que escudriña la influencia de los medios.

Sin embargo, cuando se trata de indagar por preferencias de carácter ideológico puede resultar teóricamente retador pensar en fenómenos como la cristalización, en el cual la influencia de los medios resultaría relevante, dado que las preferencias ideológicas pudieran determinarse por factores de largo plazo o de tipo estructural, como el nivel educativo, la edad, la religiosidad, el proceso de socialización familiar o la región donde se vive. No obstante, un recorrido teórico a partir de factores estructurales hacia variables de corto plazo

pudiera ilustrar la relevancia de los medios, tanto tradicionales como digitales, en la configuración de las preferencias de corte ideológico.

Dentro de las explicaciones existentes, una rama de la literatura muestra como hallazgos principales que las personas ya cuentan con ciertas preferencias fincadas en su pertenencia a grupos sociales. Estos son los que determinan, junto con la socialización, sus creencias, valores y preferencias. Desde esa perspectiva se creía que las preferencias políticas eran muy estables, por lo que se suponía que los efectos de campaña y de los medios de comunicación eran mínimos. En realidad, solo servían para ubicar a las personas con un partido político o candidato que se apegara más a sus creencias y valores (Lazerfeld, Berelson y Gaudet, 1944; Berelson, Lazerfeld y McPhee, 1954).

Una segunda rama de la literatura se enfocó en entender los vínculos emocionales de las personas con la política, principalmente a través de la identificación partidista como una forma de predisponer a las personas en la elección de las y los candidatos si ya tenían un vínculo con los partidos políticos existentes (Campbell *et al.*, 1960). Esta segunda vertiente también considera que las preferencias electorales son estables en el tiempo. Por ese motivo las campañas políticas deben apelar a esas predisposiciones para atraer a esas personas, aparte de sumar electores. Una tercera forma de estudiar las preferencias se ha orientado en analizar cómo las personas evalúan factores de corto plazo, tales como el desempeño de quienes gobiernan, de quienes se postulan y de las acciones y decisiones públicas, en la cual la información que se vierte resulta de trascendencia, sea en una campaña política o en otros periodos (Downs, 1957; Fiorina, 1981; Popkin, 1991).

A través de los años se ha mostrado que estas tres corrientes de investigación han aportado una parte de la explicación sobre la formación de preferencias políticas de las personas. Sin embargo, también se hallan críticas porque estas no han sido suficientes para explicar diversos resultados, principalmente electorales (Achen y Bartels, 2017). Ante esta carencia, recientemente se han añadido otros enfoques para

tratar de entender el comportamiento electoral y frente a temas públicos, tales como el uso de las emociones o la importancia de la identidad de las personas, sea esta de grupo o racial. En general, lo que se ha encontrado es que algunas personas deciden votar o externar sus opiniones ante temas o sobre las y los candidatos más cercanos a sus creencias y valores; otras personas se ayudan de la identificación partidista, algunas más parten de un análisis de los resultados que observan en el Gobierno y otras toman en cuenta variables de corto plazo en las que la información recibida sobre temas públicos a través de distintos medios de comunicación juega un papel central.

El presente artículo tiene como propósito aportar a la vertiente que considera que la información brindada en una campaña política sí puede influir en las personas para inclinarse por una alternativa que no necesariamente habían considerado al inicio (Bartels, 1993). Dentro de esta literatura, se abren dos caminos: por un lado, aquellos que atribuyen una considerable importancia a la información de las campañas políticas y otra que argumenta que la influencia es mínima (Finkel, 1993). Para aportar a una pregunta como esta, lo ideal sería contar con una serie de encuestas en el tiempo, de preferencia panel, la cual permitiera medir los efectos de los mensajes en las mismas personas y así analizar cómo es su proceso de toma de decisión. Ahora bien, la información que sí está disponible es una encuesta estatal representativa de Nuevo León, con 1,100 casos y un margen de error de +/- 3.5%. Con una encuesta transversal como esta más que estudiar la persuasión, vale la pena analizar una pregunta que también resulta de alta relevancia, la cual es ¿cómo nos informamos? y si la forma de hacerlo tiene algún efecto en nuestro comportamiento político, entendido este como preferencia ideológica.

Si regresamos a la importancia de estas preguntas para la democracia, lo que queremos es que las personas puedan acceder a información verídica, objetiva e imparcial que les permita no solo estar bien informados, sino tomar postura por una mejor opción. De lo que se trata es de discernir qué propuestas de política pública son las

más apegadas a los principios rectores de nuestra democracia, como todas aquellas que aboguen por una mayor defensa y protección de los derechos humanos (Jacobson, 2015). Es así como la información existente puede ayudar a las y los ciudadanos a contar con una mejor base para decidir de una manera más certera por quién votar y qué opinar en temas públicos de alta relevancia.

Gracias a las encuestas electorales públicas y por estudios anteriores sabemos que, si bien hay electores que se mantienen con las y los candidatos de su partido político, en muchas ocasiones los porcentajes electorales cambian de una elección a otra. En un estado como Nuevo León, con alta volatilidad electoral, el crecimiento de candidatos independientes y de nuevos partidos es algo que se vuelve muy relevante de analizar. En la presente encuesta, ante la pregunta «En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras que votan por distintos partidos políticos, dependiendo del candidato/a. ¿Usted con cuál se identifica más?» en la respuesta, prácticamente seis de cada 10 encuestados mencionaron que se identificaban con votar según el candidato, mientras que solo tres de cada 10 afirmaron votar por el mismo partido. Esto nos lleva a suponer que las personas estarán atentas durante las campañas y que la información que reciben tendrá un margen de influencia en su decisión.

El estudio sobre el impacto de la información vertida en medios, y la forma en la que estos se han configurado tiene su propia historia y tradición (Lang y Lang, 2002; Jamieson y Hardy 2011; Metaxas y Mustafaraj, 2012; Iyengar, 2016; Schroeder, 2018). Markus Prior, en su libro *Post-Broadcast Democracy* (2007), argumentó que hemos vivido hasta ahora tres grandes momentos en el tema de la información. El primero fue previo a la llegada de la televisión en el cual las personas tenían que esperar cada mañana a ver sus periódicos, escuchar sus programas de radio favoritos y después platicar de esto con sus familiares y amigos para enterarse y discutir sobre las novedades en la vida pública. Posteriormente, por varias décadas,

vivimos el dominio de la televisión cuando las familias se sentaban diariamente a escuchar el noticiero de televisión, y las campañas políticas básicamente se llevaban a cabo a través del aire (*spots*) o en la calle (mítines, volanteo, actos de campaña, etc.). Finalmente, con la llegada del internet y las redes sociales hemos entrado en una época en la que las personas conviven tanto con la información que se transmite por la televisión como con aquella que fluye a través de las redes sociales, ya sea por computadora o por los altamente dominantes teléfonos inteligentes.

Si bien en México el alcance del internet ha ido en aumento, así como los teléfonos inteligentes, aún no queda claro qué tanto las personas en México utilizan redes sociales como Twitter, Instagram, YouTube, etc., para enterarse de política (AMIPCI, 2021). Por un lado, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías del INEGI (EDUTIH, 2020), en su última medición indica que 72% de la población de seis años o más son usuarios de internet, lo cual indica un crecimiento de casi 2% con respecto a la medición del año previo que tenía esta cifra en 70%. Las diferencias en este alcance son notables principalmente entre población urbana y rural (78.3% son los usuarios de zonas urbanas, mientras que solo 50.4% en zonas rurales). Por su parte, la encuesta destaca que este alcance tan grande se da principalmente a través del celular inteligente. Es así como los tres medios más destacados para la conexión a internet fueron celular inteligente con 96% de usuarios, computadora portátil con únicamente 33.7% de los usuarios y televisión con un acceso a internet únicamente de 22.2%. En la misma encuesta se encontró que 93.8% de los usuarios usan internet para comunicarse, 91% para buscar información y 89% para acceder a redes sociales. ¿Este alcance tan grande se traduce también en comunicación, acceso y transmisión de información política?

Ante la pregunta del párrafo anterior, las encuestas en México no demuestran un contexto tan paralelo de dominio de las redes sociales para informarse de política, por el contrario, lo que sigue predomi-

nando de manera general es la televisión. Cabe destacar que hay marcadas diferencias por edades y grupos sociodemográficos (Díaz Domínguez y Moreno, 2015; Díaz Domínguez, 2018; Benavides y Díaz, 2019). Por su parte, la Encuesta Barómetro de las Américas, LAPOP, 2019, reveló que, de manera comparada, en México las personas no revelaron ser tan usuarias de redes sociales vinculadas con la política —principalmente Twitter—, como sí lo son las personas en otros países como Estados Unidos y Canadá, o incluso Uruguay y Argentina. En la medición mexicana de LAPOP 2019, la red social que predominó en México fue WhatsApp con 55.5% de usuarios, seguida por Facebook con 48.5%, y únicamente 8.4% de usuarios de Twitter. En contraste, por ejemplo, en Estados Unidos solo 18.7% de los encuestados dijo usar WhatsApp, 81% Facebook, y 40.7% Twitter, por su parte en Argentina se encontraron 79.5% de usuarios de WhatsApp, 69.1% de Facebook y 14.7% de Twitter. En otras palabras, los contextos actuales de acceso a la información son distintos y más heterogéneos que en el pasado y vale la pena analizar cómo son y cómo van cambiando.

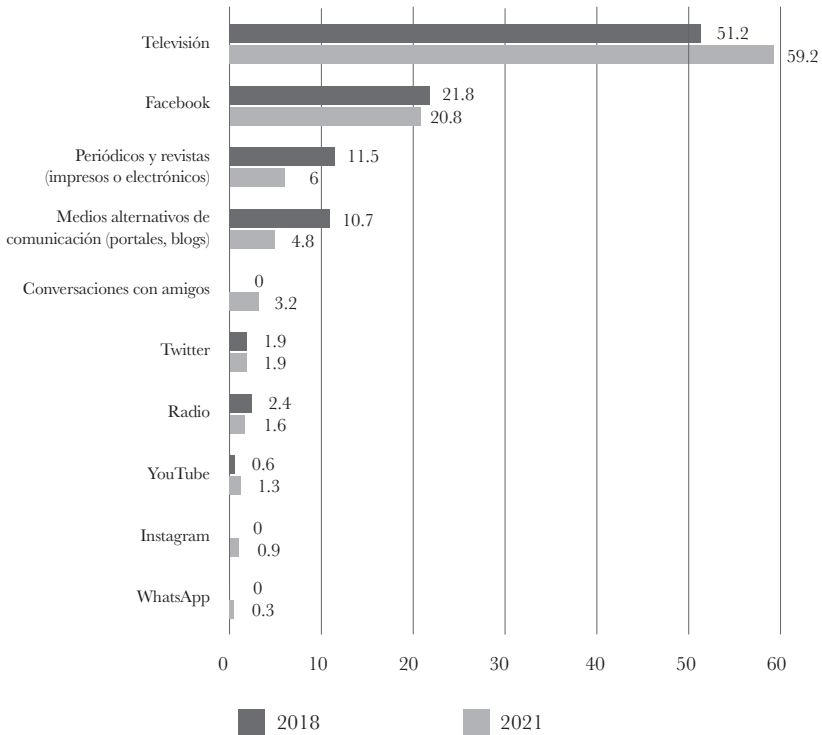
ANÁLISIS DE PATRONES DE CONSUMO DE INFORMACIÓN POLÍTICA EN LAS Y LOS ELECTORES DE NUEVO LEÓN

La presente encuesta tiene dos particularidades con respecto a la fecha de su levantamiento: en primer lugar, se trató a nivel nacional de la elección más grande en la historia de México; y en segundo, se llevó a cabo durante la pandemia de COVID-19. En términos de comportamiento, la pandemia obligó a que muchas personas permanecieran en sus casas, redujo la movilidad e impulsó a conectarse más a internet y a las redes sociales para trabajar y socializar. En estudios que se realizaron en otros países durante la pandemia se encontró que la televisión volvió a tener un auge y que las personas reconectaron con las noticias (Casero-Ripollés, 2020; Navarro,

2021). Es importante tener en cuenta este contexto para analizar si lo que se observó en otros lados también se refleja en los resultados de esta encuesta. En otras palabras, se verá si se verifica la hipótesis en la que después de tres años encontraríamos un uso mayor por parte de las y los ciudadanos de los medios digitales de comunicación para enterarse de política o si, por el contrario, advertimos un estancamiento o un regreso al consumo de los medios tradicionales.

Los datos que mostraremos en esta sección del capítulo tienen como antecedente los reportados en el levantamiento de hace tres años. En la elección presidencial del año 2018 la Comisión Estatal Electoral Nuevo León también realizó una encuesta representativa en el estado, la cual incluía la pregunta sobre cómo obtenían los ciudadanos nuevoleonenses información política. La encuesta actual nos permitirá analizar si hubo o no cambios de tendencia en estos años, bajo el contexto de la pandemia COVID-19. Ante la pregunta «De las opciones que le voy a leer, ¿cuál es el medio por el que usted más se informa de política?», observamos que los resultados en tres años cambiaron de manera considerable. Principalmente, y en concordancia con los estudios citados llama la atención el aumento de las personas entrevistadas que dijeron enterarse de política a través de la televisión, una disminución de aquellos que afirmaron consumir su información política a través de periódicos y revistas (impresos o electrónicos) y medios alternativos de comunicación (portales, blogs) y la estabilidad en el porcentaje de los que expresaron recibir este tipo de información a través de medios digitales como Facebook y Twitter. Cabe mencionar que en esta medición se incluyó la opción «Conversaciones con amigos», la cual únicamente obtuvo 3.2%. El bajo porcentaje que obtuvo esta nueva opción de respuesta nos deja ver que, a diferencia del modelo establecido por Elihu Katz y Paul F. Lazarsfeld en 1955 en el que indicaba que la comunicación política se realiza en dos pasos a través de contactos personales informados, al parecer las personas consumen información política directamente de los medios de comunicación.

GRÁFICA 1
DE LAS OPCIONES QUE LE VOY A LEER,
¿CUÁL ES EL MEDIO POR EL QUE USTED MÁS SE INFORMA DE POLÍTICA?



Fuente: encuestas *Perfiles del electorado nuevoleonés 2018*
y *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021*.

Para hacer un comparativo de grupos sociodemográficos, se clasificó la nueva encuesta de la misma forma que en 2018 (Rojas, 2019). Es así como se consideraron medios tradicionales a las opciones televisión, periódicos y revistas (impresos o electrónicos), conversaciones con amigos y la radio. Como medios digitales se integraron las opciones de respuesta Facebook, medios alternativos de comunicación

(portales, blogs), Twitter, YouTube, Instagram y WhatsApp. De acuerdo con esta clasificación, observamos que en el año 2021 70.1% de los entrevistados mencionó informarse de política a través de medios tradicionales, (comparado con 65.1% que indicó medios tradicionales en 2018), mientras que 29.9% eligió a medios digitales como el medio a través del cual se enteró de política (en comparación con el 34.9% que señaló utilizar medios digitales en 2018). Estos porcentajes dejan ver que hubo aproximadamente un intercambio de 5% entre consumo de medios tradicionales y digitales, con aumento del primero y disminución del segundo. Si se piensa en la tendencia que se esperaba hace tres años, es decir, un continuo incremento de la preponderancia de los medios digitales, se puede observar que no fue así. Como se mencionó con anterioridad, este resultado es probablemente una consecuencia de los efectos colaterales de la pandemia COVID-19, en particular que más personas se mantuvieran en sus casas, lugar en el cual se observa en mayor medida la televisión.

Se completará con la información de la medición de 2021 el cuadro comparativo de distintos grupos sociodemográficos que se realizó hace tres años para analizar por grupos socioeconómicos los cambios o no en el uso de medios.

Principalmente (Tabla 1), disminuyó el consumo de información política de medios digitales en los hombres entrevistados, y aumentó su consumo de medios tradicionales en casi 10%. El consumo de las mujeres, por su parte, se mantuvo bastante estable. Sería interesante estudiar la relación entre la movilidad al trabajo y el consumo de medios digitales. De esta forma analizar si ante una mayor permanencia en casa, los hombres regresaron a ver la televisión. En cuanto a la edad, también se observó un cambio significativo en las personas de 30 a 39 años, así como en los adultos de 50 a 59 años y aquellos de 60 años y más. En estos grupos se observan aumentos significativos en el consumo de medios tradicionales y disminución de los digitales. Por su parte, tanto en el grupo de 18 a 29 años como el de 40 a 49 años

TABLA 1
COMPOSICIÓN DE GRUPOS SOCIODEMOGRÁFICOS ENTRE USUARIOS
DE MEDIOS TRADICIONALES VERSUS MEDIOS DIGITALES PARA ENTERARSE
DE NOTICIAS DE POLÍTICA

<i>Variables sociodemográficas</i>	<i>(n)</i>		<i>Medios tradicionales (%)</i>		<i>Medios digitales (%)</i>		<i>Tótal (%)</i>
<i>Sexo</i>							
	<i>2018</i>	<i>2021</i>	<i>2018</i>	<i>2021</i>	<i>2018</i>	<i>2021</i>	
Hombre	578	537	59.3	68.9	40.7	31.1	100
Mujer	499	573	71.7	71.2	28.3	28.8	100
Total	1,077	1,110	65.1	70.1	34.9	29.9	100
<i>Edad</i>							
De 18 a 29 años	306	286	42.5	44.1	57.5	55.9	100
De 30 a 39 años	289	285	61.6	67.4	38.4	32.6	100
De 40 a 49 años	235	247	78.3	78.1	21.3	21.9	100
De 50 a 59 años	161	181	83.2	90.1	16.8	9.9	100
De 60 años y más	86	107	86	94.4	14	5.6	100
Total	1,077	1,106	65.1	70.1	34.9	29.9	100
<i>Escolaridad</i>							
Hasta primaria	47	90	87.2	93.3	12.8	6.7	100
Secundaria	287	340	78.7	81.5	21.3	18.5	100
Preparatoria, bachillerato, /normal, técnica	431	463	65	64.6	35	35.4	100
Universidad, especialidad, posgrado	312	189	49.4	49.7	50.6	50.3	100
Total	1,077	1,082	65.1	70.09	34.9	29.9	100
<i>Ocupación</i>							
Ama/o de casa	202	244	83.2	79.9	16.8	20.1	100
Desempleada/o, jubilada/o, pensionada/o	71	96	80.3	88.5	19.7	11.5	100
Estudiante	131	27	31.3	25.9	68.7	74.1	100
Empleada/o	672	687	64.6	65.5	35.4	34.5	100
Total	1,077	1,054	65.1	70.1	34.9	29.9	100

<i>Estado civil</i>							
Casada/o, conviviente	622	683	76.4	77.9	23.6	22.1	100
Soltera/o	345	265	41.2	45.6	58.8	54.3	100
Separada/o, divorciada/o, viuda/o	110	148	76.4	76.4	23.6	23.6	100
Total	1,077	1,096	65.1	70.09	34.9	29.9	100

*Fuente: encuestas Perfiles del electorado nuevoleonés 2018
y Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.*

los consumos de información política en los distintos medios se mantuvieron estables; como era de esperarse, los más jóvenes fueron quienes consumieron más información política a través de medios digitales. En cuanto a educación, la disminución únicamente se observó en los grupos menos educados, se mantuvo estable en los grupos de quienes estudiaron desde la preparatoria hasta el posgrado. En cuanto a la ocupación, se observa algo muy interesante y acorde a la situación de la pandemia. Mientras que aumentó el porcentaje tanto de amas de casa como de estudiantes entrevistados que utilizaron medios digitales para consumir información política —con la disminución de la mención de medios tradicionales—, los grupos de personas desempleadas, jubiladas y pensionadas tuvo un comportamiento contrario, con menos medios digitales y con más uso de medios tradicionales. En cuanto a estado civil, fueron los solteros quienes principalmente presentaron un mayor cambio entre los porcentajes de hace tres años con los más recientes, con un incremento en el porcentaje de uso de medios tradicionales y un descenso en el de digitales. Es importante resaltar que en la encuesta de 2021 hubo mucho menos entrevistados que dijeron ser estudiantes, lo que probablemente también pudo impactar en la disminución del porcentaje de personas que indicaron enterarse de política a través de medios digitales, sin embargo, al analizar su comportamiento, este fue el esperado, un aumento en el porcentaje de medios digitales.

A pesar de la relevancia de la comparación sobre el consumo por tipo de medios entre las encuestas de 2018 y 2021, debe resaltarse que no se trata de un panel, ni de necesariamente el mismo electorado, dada la incorporación de nuevos votantes en 2021 que no tenían la edad mínima en 2018. Sin embargo, sí es la misma extensión territorial, el mismo estado, la misma instancia en el diseño del cuestionario y preguntas comparables ente ambos levantamientos, todo lo cual incrementa nuestra confianza en las diferencias encontradas.

EL CONSUMO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INFORMARSE DE POLÍTICA, ¿ES IGUAL O DIFERENTE PARA LAS Y LOS CIUDADANOS?

Si bien hubo un aumento de 5% en aquellos que dijeron consumir medios tradicionales para informarse de política y una disminución de los digitales, lo cierto es que en ambas mediciones fue mayor el porcentaje de personas entrevistadas que dijeron ver principalmente la televisión para enterarse de política y menor el de las que aseveraron hacerlo a través de herramientas digitales, tales como blogs, portales o redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y WhatsApp. Sin embargo, mucho se ha dicho que las redes sociales tienen un papel muy importante en las elecciones y los equipos de campaña invierten cada vez más recursos en comunicar a través de estas para lograr mayor atención y éxito en sus campañas políticas. Ante estas posturas encontradas, se decidió realizar un análisis de componentes principales que lograra identificar de una manera más precisa, si es que hay distintos grupos de electores con diversos mecanismos para informarse de política.

El análisis de componentes principales nos ayudará a integrar dos baterías de preguntas de la encuesta en la cual se preguntó a las personas entrevistadas primero por la principal fuente de información política que usaron, y después cuánta importancia le otorgaban a

cada una de las fuentes de información mencionadas. El objetivo es tratar de reducir el conjunto de reactivos en componentes nuevos, las cuales conformarán variables que agrupen en distintos perfiles a las baterías de preguntas sobre uso e importancia de diversos medios de comunicación. Lo que se logra con este análisis es generar variables nuevas a través de perfiles que reducen la información evitando redundancias. Las variables nuevas son combinaciones lineales de las variables originales, las cuales se van construyendo en orden de importancia de acuerdo con la variabilidad que explica el grupo al cual pertenezcan. Las nuevas variables son llamadas componentes principales porque agrupan las variables similares en un mismo componente, en el cual los primeros serán los que recogen mejor la varianza, ya que esta irá decreciendo progresivamente conforme se aumente el número de componentes. Esto sugiere que unos cuantos componentes deben bastar para explicar un porcentaje importante de la varianza. La idea entonces es conservar dos o tres componentes o dimensiones que recojan la mayor parte de la variabilidad.

Lo que se busca obtener a partir del cálculo de componentes principales es hallar los diferenciadores entre consumidores de información política según uso e importancia de los distintos medios. Esto debe arrojar perfiles de medios que sean tradicionales, digitales o una mezcla de ambos. Los dos reactivos que se incluyeron fueron las preguntas P24 —«De las opciones que le voy a leer, ¿cuál es el medio por el que usted más se informa sobre política?»— y la P26 «De los siguientes medios que le voy a leer, ¿podría decirme qué tan importantes son para usted como fuentes de información en las presentes campañas electorales?»—. De esta forma, con base en ambas, se generaron tres variables que nos permitieran identificar a los grupos de personas entrevistadas de una forma más cercana con la realidad actual. Esto debe reflejar lo que intuitivamente sabemos, es decir, que las personas no se enteran únicamente a través de un medio, sino que muy probablemente tienen contacto e influencia a través de distintas fuentes.

Las variables que se incluyeron en el análisis de componentes principales corresponden a la pregunta P24, la cual se desagregó en 10 variables dicotómicas que indicaban 1 si la persona había mencionado a uno de los distintos medios enlistados como el que más utilizaba para informarse de política, 0 si no; así como las distintas preguntas de la batería P26, las cuales van de 1 a 4 según si cada una de las 14 fuentes de información fue considerada como 4 (muy), 3 (algo), 2 (poco) y 1 cuando era considerada como nada importante. A continuación, en la Tabla 2 puede verse la estadística descriptiva básica de cada una de las variables añadidas en el análisis de componentes.

Como puede observarse en la Tabla 2, de acuerdo con la columna Prom, los tres medios que las y los entrevistados dijeron usar más fueron la televisión, Facebook y el periódico impreso. Por su parte, en términos de importancia los tres medios que en promedio se consideraron más importantes resultaron ser la televisión, la radio y Facebook.

Las variables se estandarizaron para que las varianzas grandes, debido a su escala, no dominaran artificialmente el índice de componentes principales. Los cálculos se realizaron en R con las librerías FactoMineR, stats y factoextra. Los resultados del análisis de componente se muestran en la Gráfica 2.

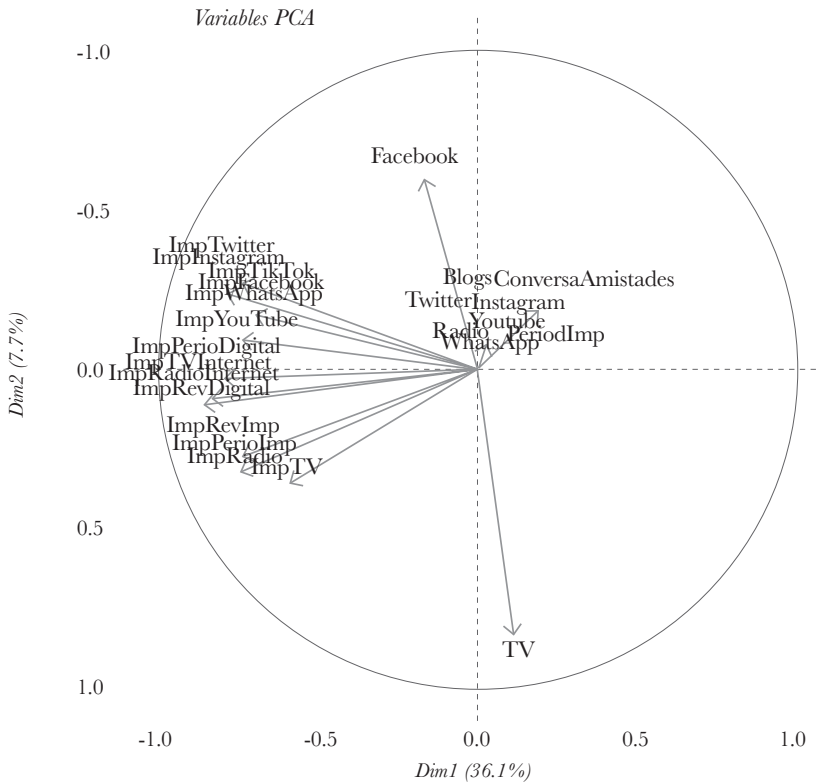
Lo principal que nos deja ver la Gráfica 2 es que efectivamente existe una dimensión (Dim1) que explica cerca de 36.1% de la varianza y que está integrada por las personas que usan fuentes de información digitales y es a estas a las cuales les dan importancia. Por otra parte, en la dimensión dos (Dim2) encontramos a quienes utilizan la televisión o Facebook para informarse de política, esta segunda dimensión explica 7.7% de la varianza. Finalmente, la tercera dimensión (no visible en el plano cartesiano) indica que efectivamente hay un tercer tipo de persona entrevistada que usa principalmente medios tradicionales de información para informarse de política. En la Gráfica 3, podemos observar cómo se ubicaron todas las personas entrevistadas identificadas con los números del 1 al 1,100 en las dimensiones.

TABLA 2
 ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA, VARIABLES INCLUIDAS
 EN EL ANÁLISIS DE COMPONENTES PRINCIPALES

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Prom</i>	<i>DesvEst</i>	<i>Min</i>	<i>Pctl(25)</i>	<i>Pctl(75)</i>	<i>Max</i>
<i>UsaPeriodImpreso</i>	1,110	0.060	0.238	0	0	0	1
<i>UsaBlogs</i>	1,110	0.048	0.213	0	0	0	1
<i>UsaTV</i>	1,110	0.592	0.492	0	0	1	1
<i>UsaTwitter</i>	1,110	0.019	0.136	0	0	0	1
<i>UsaFacebook</i>	1,110	0.208	0.406	0	0	0	1
<i>UsaInstagram</i>	1,110	0.009	0.095	0	0	0	1
<i>UsaYoutube</i>	1,110	0.013	0.112	0	0	0	1
<i>UsaRadio</i>	1,110	0.016	0.126	0	0	0	1
<i>UsaWhatsApp</i>	1,110	0.003	0.052	0	0	0	1
<i>ConversaAmistades</i>	1,110	0.032	0.177	0	0	0	1
<i>ImpFacebook</i>	992	2.976	0.917	1.000	2.000	4.000	4.000
<i>ImpTwitter</i>	873	2.339	0.960	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpInstagram</i>	871	2.335	1.006	1.000	1.000	3.000	4.000
<i>ImpWhatsApp</i>	965	2.548	0.989	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpYou Tube</i>	943	2.637	0.997	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpPerioDigital</i>	883	2.531	0.983	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpPerioImp</i>	943	2.968	1.003	1.000	2.000	4.000	4.000
<i>ImpBlogs</i>	886	2.582	1.024	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpRevDigital</i>	851	2.512	0.994	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpRevImp</i>	915	2.729	1.041	1.000	2.000	4.000	4.000
<i>ImpRadio</i>	971	3.108	1.015	1.000	3.000	4.000	4.000
<i>ImpRadioInternet</i>	849	2.609	1.009	1.000	2.000	3.000	4.000
<i>ImpTV</i>	1,046	3.417	0.863	1.000	3.000	4.000	4.000
<i>ImpTVInternet</i>	877	2.819	1.022	1.000	2.000	4.000	4.000
<i>ImpTikTok</i>	728	2.154	0.987	1.000	1.000	3.000	4.000

Fuente: encuesta Perfil del electorado nuevoleonés 2021, preguntas P24 y P26.

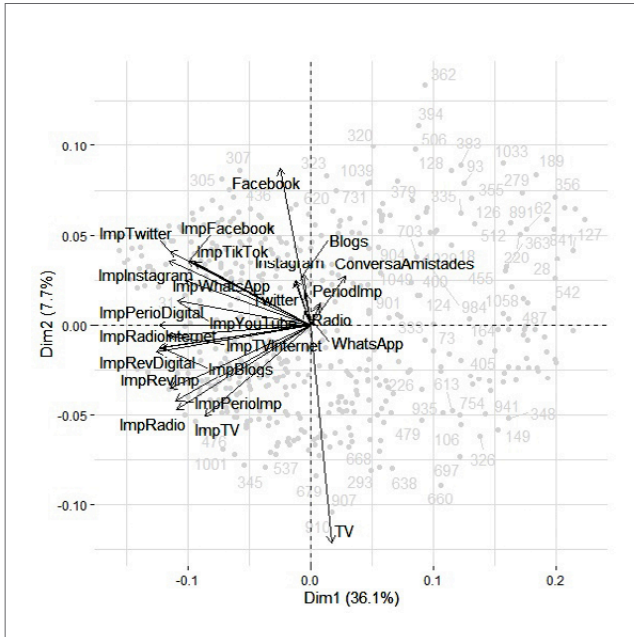
GRÁFICA 2
RESULTADO DE COMPONENTES PRINCIPALES



Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

Como puede observarse (Gráfica 3), alrededor de 45% de las personas entrevistadas se encuentran entre las dos dimensiones arrojadas por el análisis de componentes principales. El resto se explica por otros componentes generados, los cuales no pueden observarse en un plano cartesiano. Para poder tener más claro la composición de las tres principales dimensiones arrojadas por este análisis, a continuación, se

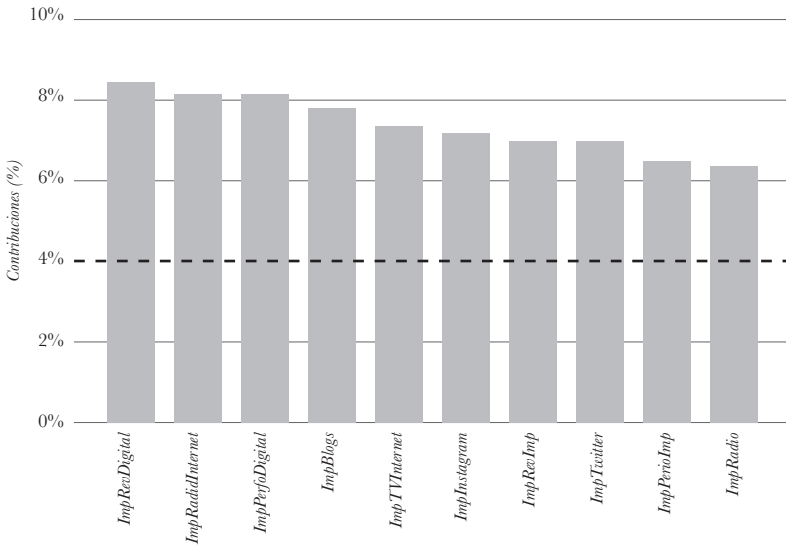
GRÁFICA 3
RESULTADO DE COMPONENTES PRINCIPALES CON POSICIONAMIENTO
DE PERSONAS ENTREVISTADAS



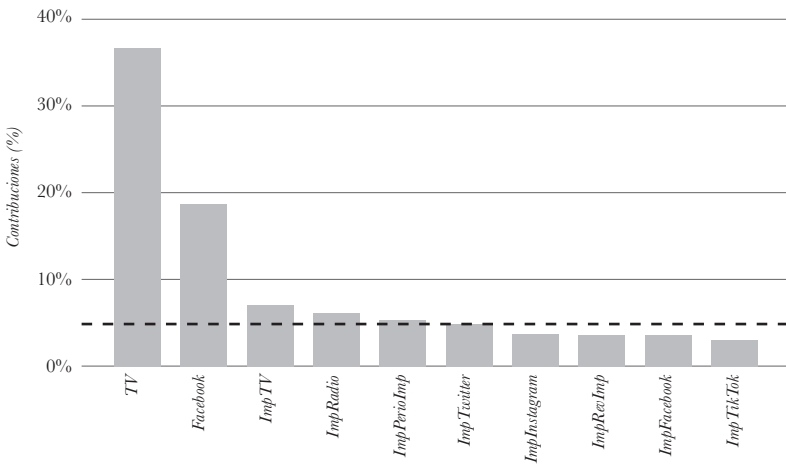
Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

muestran las variables que resultaron más relevantes para su conformación. Las tres gráficas de barras corresponden a las tres primeras dimensiones, las cuales en conjunto explican 48.9% del total de la varianza ($36.1 + 7.7 + 5.1 = 48.9$). La línea punteada indica el promedio de contribución de todas las variables a la dimensión, destacando las que están por encima.

GRÁFICA 4
CONTRIBUCIÓN DE VARIABLES A LA DIMENSIÓN 1



GRÁFICA 5
CONTRIBUCIÓN DE VARIABLES A LA DIMENSIÓN 2



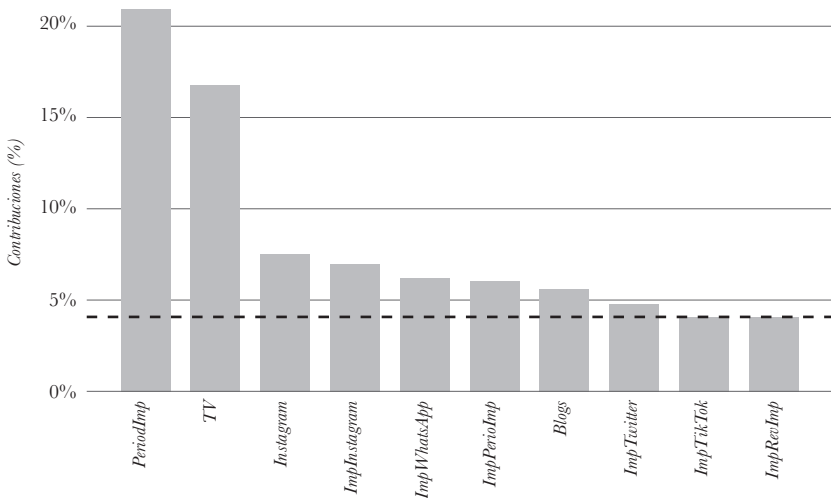
Fuente de ambas tablas: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

Como se observa en la Gráfica 4, la dimensión 1 básicamente corresponde con quienes se informan y dan importancia a las fuentes digitales, sin incluir a la red social Facebook.

La dimensión 2, vista en la Gráfica 5 se integra por quienes utilizan la televisión y Facebook para informarse de política, a la vez que consideran a la televisión, la radio, los periódicos impresos y Twitter como fuentes de información importantes.

Finalmente, la dimensión 3 representada en la Gráfica 6, se integra por quienes prefieren algunos medios tradicionales. Las variables que más contribuyeron a esta dimensión fueron el uso del periódico impreso, la televisión e Instagram como medio principal para enterarse de política, después la importancia de fuentes de información como las redes sociales Instagram y WhatsApp, así como periódicos impresos.

GRÁFICA 6
CONTRIBUCIÓN DE VARIABLES A LA DIMENSIÓN 3



Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

Después de encontrar que efectivamente existen tres tipos de personas entrevistadas en la encuesta, la primera que da mayor importancia únicamente a los medios digitales; la segunda que es una combinación entre digital y tradicional ya que utiliza la televisión o Facebook, pero todavía considera más importantes a los medios tradicionales que a los digitales como fuentes de información en las campañas; y una tercera que todavía se informa a partir de leer los periódicos impresos o de la televisión y que otorga importancia a algunas redes sociales como Instagram y WhatsApp. Este resultado, si bien es preliminar, coincide con lo destacado por Markus Prior, en el cual pareciera que hoy, a diferencia del pasado, convivimos en el espacio público personas con diferentes ambientes mediáticos, unos más cercanos a lo que se empezó a experimentar en los años sesenta con la llegada de la televisión, otros con aquello que inició con el siglo XXI con una mezcla entre medios de información tradicional y digitales, y hoy en día también existe un perfil de electores que se mueven prácticamente en un mundo predominante de información digital.

¿Por qué es relevante diferenciar entre estos tres ambientes? Para la teoría de información política, lo que se espera es que las y los electores tengan la oportunidad de consumir información que no solo les ayude a tomar mejores decisiones, sino conocer si el perfil de las personas usuarias guarda relación con sus preferencias ideológicas.

Con la llegada de medios digitales la oferta de información política ha proliferado, da cabida a preocupaciones y fenómenos nuevos como la difusión de información falsa, la amenaza de tener personas aisladas en cámaras de eco, etc. (Dahlgren, 2005; Boulianne, 2009; Carlisle y Patton, R. 2013; Costa, 2016; Gottfried y Shearer, 2016; Allcott y Gentzkow, 2017). Ante esto, se realizaron tres modelos estadísticos para indagar si pertenecer a alguna de estas tres dimensiones tiene alguna relación significativa con algunas variables de la encuesta que tratan sobre preferencias ideológicas y morales. En particular, se pensaron como variables dependientes aquellas que suelen ser estables, como la identificación ideológica entre izquierda

y derecha, así como valores morales (Zechmeister y Corral, 2013). Los valores que se incluyeron además estuvieron presentes en la elección como la penalización o no del aborto, el apoyo o no a la pena de muerte y el rechazo o no al matrimonio del mismo sexo (Alanís, 2021).

TABLA 3
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA, VARIABLES INCLUIDAS EN LAS ESTIMACIONES

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>St. Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Pctl(25)</i>	<i>Pctl(75)</i>	<i>Max</i>
<i>IzqDer</i>	1,110	6.705	2.418	1	5	9	10
<i>PenalizaAborto</i>	1,110	0.436	0.496	0	0	1	1
<i>ApoyaPenaMuerte</i>	1,110	0.708	0.455	0	0	1	1
<i>RechazaMatrim-MismoSexo</i>	1,110	0.455	0.498	0	0	1	1
<i>PC1</i>	652	0.000	0.090	-0.156	-0.059	0.048	0.223
<i>PC2</i>	652	0.000	0.042	-0.105	-0.029	0.037	0.134
<i>PC3</i>	652	0.000	1.131	-4.381	-0.668	0.816	4.078
<i>Mujer</i>	1,110	0.516	0.500	0	0	1	1
<i>Edad</i>	1,106	40.268	13.546	18.000	29.000	50.000	80.000
<i>Ingresos</i>	881	4.243	1.878	1.000	3.000	6.000	8.000
<i>Escolaridad</i>	1,082	4.168	1.678	1.000	3.000	5.000	7.000
<i>Informal</i>	1,110	0.114	0.318	0	0	0	1
<i>Empleado</i>	1,110	0.346	0.476	0	0	1	1
<i>Obrero</i>	1,110	0.066	0.248	0	0	0	1
<i>AmaCasa</i>	1,110	0.220	0.414	0	0	0	1
<i>AsisteIglesia</i>	1,068	1.950	0.671	1.000	1.000	2.000	3.000
<i>Católica</i>	1,110	0.696	0.460	0	0	1	1
<i>Prot Evangélica</i>	1,110	0.106	0.308	0	0	0	1

Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.

PC1: Medios digitales

PC2: Principalmente TV y Facebook

PC3: Principalmente periódico impreso y TV

Se estimaron cuatro modelos en los cuales cada una de estas variables fungió como variable dependiente y como variables explicativas se incluyeron de manera separada las tres dimensiones arrojadas a partir del análisis de componentes principales, PC1 (perfil digital), PC2 (perfil mixto) y PC3 (perfil tradicional). En las estimaciones también se englobaron como variables de control el sexo, con 1 mujer y 0 hombre; la edad como variable continua de 18 a 80 años; el ingreso con una variable ordinal en ocho niveles; la escolaridad con una variable ordinal de siete niveles; las distintas ocupaciones en forma de variables binarias: trabajador informal, empleado, obrero y ama de casa; y finalmente la asistencia a la iglesia con una variable ordinal de tres niveles y dos variables binarias sobre religión, una sobre aquellas personas entrevistadas que dijeron tener la religión católica y otra para agrupando protestante-evangélica. En la Tabla 3 se muestran la estadística descriptiva de las variables incluidas en las estimaciones.

En la Tabla 4 se presentan los resultados de las estimaciones para cuatro modelos, en los cuales las variables dependientes fueron ideología en el eje izquierda-derecha, con una estimación lineal y tres variables relacionadas con valores morales, tales como actitudes hacia el aborto, pena de muerte y matrimonio igualitario, para las cuales se estimaron modelos logísticos binarios. Las principales variables explicativas de interés son las dimensiones encontradas en el uso e importancia de medios de información, esto decir, los tres perfiles ya discutidos.

De los cuatro modelos, destaca que el perfil PC3 (medios tradicionales) se asocia positivamente con el eje izquierda-derecha, mientras que el perfil PC1 (medios digitales) también se asocia positivamente con el rechazo al matrimonio entre personas del mismo sexo. En contraste, en el perfil PC2 (medios mixtos) no se halló efecto alguno. Para la estimación sobre la ubicación izquierda-derecha, la dimensión sobre medios tradicionales resultó significativa, en el cual un valor más alto en esta dimensión se asocia con un posicionamiento más cercano con la derecha que con la izquierda. Este hallazgo podría

TABLA 4
FACTORES ASOCIADOS CON DIVERSAS ACTITUDES, NUEVO LEÓN 2021

<i>Variable</i>	<i>Izq der</i>	<i>Rech aborto</i>	<i>Apoya pena muerte</i>	<i>Rech matr hom</i>
<i>PC1</i>	0.37 (1.27)	1.22 (1.12)	-1.50 (1.08)	3.17** (1.14)
<i>PC2</i>	3.69 (2.77)	2.10 (2.51)	-2.59 (2.51)	-2.42 (2.50)
<i>PC3</i>	0.33** (0.10)	0.05 (0.09)	-0.06 (0.09)	0.05 (0.09)
<i>Mujer</i>	-0.20 (0.23)	-0.42 (0.24)	0.38 (0.24)	-0.39 (0.23)
<i>Edad</i>	0.04*** (0.01)	0.00 (0.01)	0.00 (0.01)	-0.00 (0.01)
<i>Ingresos</i>	0.02 (0.07)	-0.01 (0.06)	-0.14 (0.07)	-0.05 (0.06)
<i>Escolaridad</i>	0.18* (0.08)	-0.14 (0.08)	0.09 (0.08)	-0.20** (0.07)
<i>Informal</i>	-0.88 (0.37)	0.44 (0.36)	-0.64 (0.36)	0.08 (0.38)
<i>Empleado</i>	-0.49 (0.29)	-0.03 (0.27)	0.04 (0.27)	0.45 (0.26)
<i>Obrero</i>	-1.18* (0.47)	-1.17* (0.51)	-0.58 (0.42)	-0.93* (0.46)
<i>Ama de casa</i>	-0.67 (0.40)	0.11 (0.34)	0.02 (0.35)	-0.23 (0.35)
<i>Asiste a iglesia</i>	-0.32 (0.21)	0.45* (0.21)	-0.20 (0.21)	0.04 (0.21)
<i>Católica</i>	0.79* (0.31)	-0.63 (0.32)	0.37 (0.31)	0.05 (0.31)
<i>Prot Evangélica</i>	0.86 (0.48)	-0.20 (0.46)	0.62 (0.46)	0.53 (0.46)
<i>Intercepto</i>	4.43*** (0.69)	-0.23 (0.61)	1.01 (0.62)	0.42 (0.61)
<i>N</i>	505	505	505	505
<i>R2 / Pseudo R2</i>	0.12	0.09	0.06	0.11

Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021. Cálculos de la autora. *Izq der* es un modelo lineal, *aborto*, *pena de muerte* y *matrimonio entre personas del mismo sexo* son modelos logísticos binarios. Errores estándar robustos, corregidos por heteroscedasticidad.

Notas: *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$.

PC1: Medios digitales

PC2: Principalmente TV y Facebook

tener sentido, pues es de esperar que se trate de personas de mayor edad, con un perfil más conservador en su ideología. Una variable que refuerza este hallazgo es la edad, que también se asocia positivamente con la derecha, es decir, a mayor edad, se encuentra una tendencia mayor a colocarse a la derecha, al igual que pertenecer al catolicismo. En contraste, ser obrero y trabajar en la informalidad se asocian con la izquierda, como se infiere de sus signos negativos.

Tanto en los modelos logísticos binarios de rechazo al aborto y apoyo a la pena de muerte, ninguna de las tres variables que capturan los perfiles de consumo de medios se reporta como significativa. Sin embargo, ser obrero sí se relacionó de manera negativa con el rechazo al aborto, mientras que una asistencia más frecuente a la iglesia se relacionó de manera positiva, lo cual resulta acorde con lo esperado. Por su parte, en el modelo logístico binario sobre el apoyo a la pena de muerte parece asociarse con la variable ingresos de manera negativa, es decir, un mayor nivel de ingresos reduce el apoyo a la pena de muerte.

Finalmente, en el modelo logístico binario sobre el rechazo al matrimonio entre personas del mismo sexo, el perfil PC1 (medios digitales) se encontró asociada de manera positiva con el rechazo al matrimonio igualitario. Dicho hallazgo resulta contrario a lo que se podría esperar. Estos resultados nos dejan ver que no hay una clara conclusión y relación entre el tipo de usuario de medios de información y su posicionamiento en variables tanto políticas como morales. Por su parte, si bien es cierto que el ser un consumidor de fuentes digitales brinda la posibilidad de tener acceso a más fuentes de información, esto no corresponde necesariamente con tener una mayor aceptación de ideas consideradas como progresistas. Sirva de ejemplo el impacto positivo del perfil de medios digitales en el rechazo al matrimonio entre personas del mismo sexo. La asociación entre uso e importancia de medios digitales y actitudes liberales o progresistas no fue lo hallado entre las personas entrevistadas en la

presente encuesta de Nuevo León, a juzgar por la evidencia hallada en la última estimación presentada.

CONCLUSIONES

Los resultados de la presente encuesta dejan claro que en Nuevo León sigue predominando el uso de la televisión como la principal fuente de información política, y se observa un uso mayor que hace tres años. Si bien este resultado no es acorde con la tendencia que se esperaba encontrar en esta elección, si se compara con lo que se observó en la pasada, sí lo es con respecto a la literatura sobre los efectos de la pandemia COVID-19 que advirtió un regreso al uso de la televisión. Cabe la pena destacar que los resultados no fueron los mismos en todos los grupos socioeconómicos; por ejemplo, mientras que se encontró un mayor consumo de la televisión por parte de hombres trabajadores, se distinguió un mayor consumo de medios digitales en las mujeres amas de casa. Las explicaciones a estos comportamientos pueden deberse, por un lado, a fenómenos derivados de la pandemia tales como la mayor presencia en casa por parte de los hombres trabajadores, en tanto que, por otro, a una mayor necesidad de apoyo de las madres a sus hijos en casa y la necesidad del uso de medios digitales para comunicarse o enterarse de las actividades escolares en el día a día.

A futuro valdrá la pena analizar si esta tendencia fue únicamente coyuntural o si en Nuevo León la mayoría de los electores continuarán eligiendo a la televisión como la protagonista de la información política y si ciertos grupos sociales no involucrados tanto antes en medios digitales, como las amas de casa, se mantienen con este tipo de medios. Los resultados reafirman que la forma en que las personas se informan de política va cambiando a través de los años, y este es un fenómeno que no es constante en el tiempo y que puede impactar

nuestra democracia, lo cual incide en los niveles de atención, diversidad y calidad de información recibidos.

Si bien a través de las preguntas del cuestionario podemos ver que la televisión resultó ser la protagonista, la técnica de componentes principales nos permitió observar lo que comúnmente se dice: que existen diferentes tipos de consumidores de medios, entre los cuales destacan y separan tres: los digitales, los mixtos y los tradicionales. De manera adicional a este hallazgo, se encontró que estos grupos pueden llegar a ser diferentes entre sí, incluso en algunas variables que se consideran de largo plazo, como ideologías y valores. Aunque no se encontró una influencia del perfil de consumo de medios en todas las variables analizadas, sí se observó una relación en dos de estas, la cual es positiva con la identificación ideológica hacia la derecha si se trataba del perfil de medios tradicionales y una relación también positiva a rechazar el matrimonio entre personas del mismo sexo en el perfil de medios digitales. Si bien el primer hallazgo corresponde a lo que se esperaba encontrar (el perfil de los consumidores de medios tradicionales suele ser de mayor edad y más conservadores), llama la atención que el consumo y atención de medios digitales no garantiza un perfil más abierto y liberal, al menos en Nuevo León.

Los resultados en el presente análisis dan cuenta de que si bien en la actualidad las y los jóvenes tienen acceso a más información este no necesariamente implica mayor tolerancia y apertura a valores liberales. Como recomendación, será importante reforzar la necesidad de tener espacios de información plurales, educativos y verificables tanto en medios tradicionales como en digitales que fomenten no solo una mayor oferta informativa, sino una que también implique incrementar la inclusión, apertura y tolerancia a la necesidad de ampliar derechos en la sociedad nuevoleonesa.

REFERENCIAS

- Achen, Christopher y Bartels, Larry (2017). *Democracy for Realists: Why Elections Do Not Produce Responsive Government*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Allcott, Hunt y Gentzkow, Matthew (2017). «Social Media and Fake News in the 2016 Election», *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, no. 2, pp. 211-236.
- AMIPCI. (2021). 17° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México. Ciudad de México: AMIPCI.
- Bartels, Larry (1993). «Messages Received: The Political Impact of Media Exposure», *American Political Science Review*, vol. 87, no. 2, pp. 267-285.
- Benavides, Guillermina y Díaz, Alejandro (2019). Género, política y redes sociales. En Díaz, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos (coord.). *Perfiles de electorado nuevoleonés*. Monterrey, Nuevo León: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Boulianne, Shelley (2009). «Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research», *Political Communication*, vol. 26, no. 2, pp. 183-211.
- Corporación Latinobarómetro (2019). Informe 2019. Disponible en Informe Latinobarómetro 2019.
- Campbell, Angus, Converse, Philip, Miller, Warren y Stokes, Donald (1960). *The American Voter*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Carlisle, Juliet y Patton, Roger (2013). «Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement? An Analysis of Facebook and the 2008 Presidential Election», *Political Research Quarterly*, vol. 66, no. 4, pp. 883-895.
- Casero-Ripollés, Andreu (2020). «Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak», *El profesional de la información*, vol. 29, no. 2. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Costa, Elisabetta (2016). *Social Media in Southeast Turkey*. Londres: UCL Press.

- Dahlgren, Peter (2005). «The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation», *Political Communication*, vol. 22, no. 2, pp. 147-162.
- Downs, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Nueva York: Harper Collins.
- Díaz Domínguez, Alejandro (2018). La brecha digital: determinantes sociales del uso de internet y redes sociales en México. En Romero, Vidal, Parás, Pablo, Pizzolitto, Georgina y Zechmeister Elizabeth (ed.). *Cultura política de la democracia en México y en las Américas, 2016/17. Un estudio comparado sobre democracia y gobernabilidad*. Ciudad de México: USAID: Vanderbilt University: Data OPM: ITAM.
- Díaz Domínguez, Alejandro y Moreno, Alejandro (2015). Effects of Yo-Soy132 and Social Media in Mexico's 2012 Presidential Campaigns. En Domínguez, Jorge I., Greene, Kenneth F., Lawson, Chappell H. y Moreno, Alejandro (eds.). *Mexico's Evolving Democracy. A Comparative Study of the 2012 Elections*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos (coords.) (2019). *Perfiles de electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Fiorina, Morris (1981). *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Finkel, Steven E. (1993). «Reexamining the “Minimal Effects” Model in Recent Presidential Campaigns», *The Journal of Politics*, vol. 55, no. 1, pp. 1-21.
- Gottfried, Jeffrey y Shearer, Elisa (2016). «News Use across Social Media Platforms 2016», *Pew Research Center*. Recuperado de <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Jamieson K. H. y Hardy B.W. (2011) The Effect of Media on Public Knowledge. En Edwards III, George C., Jacobs, Lawrence R., y Shapiro, Robert. *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*. Oxford: Oxford University Press.
- INEGI (2020). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tec-

- nologías de Información en los Hogares 2020. Resultados Generales. Ciudad de México: INEGI. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDU-TIH_2020.pdf
- Iyengar, Shanto (2016). *Media politics: A citizen's guide*. Nueva York: W.W. Norton
- Jacobson, Gary (2015). «How Do Campaigns Matter?», *Annual Review of Political Science*, vol. 18, pp. 31-47.
- Labrin, Caterina y Urdinez, Francisco (2021). Análisis de componentes principales. En Urdinez, Francisco y Cruz, Andrés. *AnalizaR Datos Políticos*. Recuperado de <https://arcruz0.github.io/libroadp/index.html>
- Lang, Kurt y Lang, Gladys (2002). *Television and Politics*. New York: Transaction Publishers.
- Metaxas, Panagiotis y Mustafaraj, Eni (2012). «Social Media and the Elections», *Science*, vol. 338, no. 6106, pp. 472-473.
- Navarro, José Gabriel (2021). «Mexico: time spent with television during COVID-19 outbreak 2020», Statista. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/1116593/mexico-time-spent-tv/>
- Prior, Markus (2007) *Post-Broadcast Democracy, How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Przeworski, Adam (2018). *Why Bother with Elections?* Cambridge, UK: Medford, MA: Polity Press.
- Rojas, Azucena (2019). ¿El uso de medios digitales influye en el comportamiento político de los ciudadanos? En Díaz, Alejandro y Vázquez Carlos (coords). *Perfiles de electorado nuevoleonés*. Monterrey, Nuevo León: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Romero, Vidal y Parás Pablo (2019) *Cultura política de la democracia en México y en las Américas, 2018/19: Tomándole el pulso a la democracia*. Barómetro de las Américas. LAPOP. Reporte de México. Ciudad de México: Ciudad de México: USAID: Vanderbilt University: Data OPM: ITAM. Recuperado de https://www.vanderbilt.edu/lapop/mexico/AB2018-19_Mexico_Country_Report_V5_W_05.13.20.pdf

Schroeder, Ralph (2018). *Social Theory after the Internet*. Londres: UCL Press.
Zechmeister, Elizabeth J., y Corral, Margarita (2013). «Individual and Contextual Constraints on Ideological Labels in Latin America», *Comparative Political Studies*, vol. 46, no. 6, pp. 675–701. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0010414012463880>

NOTAS PERIODÍSTICAS CONSULTADAS

- Alanís, Ricardo (2021). «Se pronuncia Samuel García en contra del aborto», *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/se-pronuncia-samuel-garcia-en-contra-del-aborto>
- Galindo, Jorge (2021). «Encuestas: Samuel García llega a la recta final por delante en Nuevo León», *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2021-06-02/encuestas-samuel-garcia-llega-a-la-recta-final-por-delante-en-nuevo-leon.html>
- López, Luis Alberto (2021). «Aspirantes a candidatos, obligados a buscar “likes” en redes sociales», *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/elecciones-mexico-2021-redes-sociales-campanas>
- Maneto, Francisco y Galindo, Jorge (2021). «Morena se estrella en Nuevo León y arrasa en Guerrero, según las encuestas», *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2021-04-26/morena-se-estrella-en-nuevo-leon-y-arrasa-en-guerrero-segun-las-encuestas.html>
- Rivera, Elena (2021). «La fórmula Mariana Rodríguez: cómo crear un gobernador a golpe de “likes”», *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2021-06-09/la-formula-mariana-rodriguez-como-crear-a-un-gobernador-a-golpe-de-likes.html>

INSTAGRAM Y FACEBOOK EN NUEVO LEÓN. INFORMACIÓN POLÍTICA Y SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS

Alejandro Díaz Domínguez y Karola García Alvarado

INTRODUCCIÓN

La importancia y el uso de las diversas plataformas varía entre redes sociales. En general, se podría considerar que Twitter es una red social con mayores inclinaciones hacia la política, junto con Facebook, caso contrario para Instagram o YouTube, las cuales parecieran emplearse como vehículos de información política solo en tiempos o situaciones específicas (Bast, 2021). Si bien el interés académico por redes con alta capacidad visual como Instagram ha crecido, este parece centrarse en cómo las élites políticas y los partidos emplean dicha red social, más que sobre las consecuencias de su uso entre la ciudadanía (Bast, 2021; Ferreira *et al.*, 2021).

En México, 9 de cada 10 interacciones a través de redes sociales se dan en las compañías de Meta, cinco en Facebook y cuatro en Instagram, mientras que el uno restante lo comparten Twitter y YouTube (Statista, 2021). Estos números plantean una posible nueva estrategia política enfocada en las dos redes sociales más importantes del país, las cuales permiten acercarse al electorado desde una forma de comunicación distinta a la empleada por los medios tradicionales, como la televisión, y los medios impresos, tales como periódicos y revistas.

Por esta razón resulta importante el estudio de las redes sociales en la política, pues se ha encontrado que las personas destacadas en alguna red social y que ejercen influencia sobre sus seguidores (conocidas como *influencers*) sí pueden mantener vivos debates centrales, no solo en épocas coyunturales, como las electorales, sino extender la deliberación por un tiempo adicional al propiciar la diseminación de información, la cual es compartida por sus seguidores (Ferreira *et al.*, 2021). De igual forma, quienes siguen a figuras destacadas de la clase política lo hacen porque les ayuda a contar con información de manera ágil y porque les representa una utilidad social, pues reciben información que les permite comentar y compartir (Parmelee y Roman, 2019, p. 6). El grupo más nutrido de seguidores de figuras políticas en Instagram parece integrarse principalmente por personas nativas digitales (Parmelee y Roman 2019, p. 8).

En el caso mexicano, una revisión de las interacciones en Facebook para las elecciones para Diputaciones Locales de 2015 en el Estado de México reveló que las páginas oficiales servían más para difundir la agenda diaria de la campaña que para generar más información y una mayor deliberación (Heras Gómez y Díaz Jiménez, 2017). Un fenómeno contrario, también en Facebook, se observó en la campaña a la Gubernatura de Nuevo León, durante el mismo año, cuando el candidato a la postre ganador basó su éxito en establecer un ritmo de interacciones antes, durante y después de la campaña, en la cual los comentarios de la ciudadanía eran respondidos por la propia página del candidato, con lo que se generaba alguna deliberación y sensación de cercanía (Howard *et al.*, 2017).

Respecto al manejo de las redes sociales por las personas usuarias, el compartir información por estas vías durante las elecciones presidenciales de 2018 en México se centró en fuentes noticiosas profesionales, como las cadenas televisivas o los portales especializados, con 57% en Twitter y 52% en Facebook, del total de *retweets* y *shares* compilados durante la última semana de campaña (Glowaki *et al.*, 2018, p. 4).

En contraste, de la información compartida, solo 7 y 3% en Twitter y Facebook, respectivamente provenía de la clase política. Por último, las fuentes de la sociedad civil organizada representaron una tercera parte en Twitter y una cuarta parte en Facebook de toda la información compartida (Glowaki *et al.*, 2018, p. 4). En ese ejercicio destacó que, del total escrito en las dos redes, menos de 1% en Twitter y 3% en Facebook era de contenido dudoso, falso o que se vinculaba con teorías de conspiración.

En las elecciones de 2021 en Nuevo León, se vivió el fenómeno Mariana Rodríguez, catalogada como *megainfluencer* por contar con más de un millón de seguidores en Instagram (Statista 2021), y que además es empresaria y esposa del entonces candidato a la Gubernatura de Nuevo León por el partido Movimiento Ciudadano, Samuel García. Pareciera que se construyó la candidatura desde el poder mediático digital con que contaban (Luna, 2021), a tal punto que su papel resultó central en la victoria del candidato Samuel García (véase la sentencia SUP-JRC-143/2021 de la Sala Superior del Tribunal Electoral).

Tal como se vieron en las dos elecciones recientes para la Gubernatura en Nuevo León y en las elecciones al Senado en 2018 (véase la sentencia SUP-REC-887/2018 de la Sala Superior del Tribunal Electoral), las redes sociales fueron pieza clave para el triunfo en las contiendas. Este es apenas el comienzo de un juego político que busca atraer al electorado por medio de los (no tan) nuevos canales de comunicación digital. Como ha señalado Alex González Ormerod, editor en México para *Rest of World*, el cual en un informe dedicado a las global *tech stories*, ya vienen los *influencers* políticos.

Si bien el presente análisis no se centra en simpatía partidista o en intención de voto, sí resulta relevante destacar lo más notable que ocurrió en las redes sociales y la política estatal, como el caso de *influencers* en la red social Instagram, como motivación para estudiar si las diferentes redes guardan relación con los niveles de información política y el seguimiento a las campañas electorales.

Internet se ha convertido en el medio de elección para las generaciones más jóvenes no solo para comunicarse, sino también para encontrar información (Neuborne, 1999, p. 87). Por ello, se quisiera comprobar si quienes obtienen información política a través de redes sociales son principalmente los que crecieron en la era digital, más que los que han incorporado a la tecnología en su vida.

De acuerdo con Pew Research (Dimock, 2019) actualmente existen cuatro generaciones, los *boomers*, nacidos antes de 1964; la generación X, entre 1965 y 1980; la generación Y, mejor conocidos como *millennials*, entre 1981 y 1996 y la generación Z, también llamados *centennials*, nacidos a partir de 1997.

Los *boomers* crecieron durante tiempos de expansión económica y educacional. Educados bajo un sistema tradicional con altos estándares (Kupperschmidt, 2000). Autores de la mayoría de los movimientos feministas, consumistas y de autoexpresión. Los canales de información de esta generación son tradicionales, televisión, radio y prensa y no consideran que los gastos en tecnología sean necesarios (Saucedo *et al.*, 2018).

La generación X tiene capacidad de adaptación dado que ha vivido épocas de crisis, pero también de bonanza. Son tomadores de riesgos y emprendedores que desencadenaron los avances tecnológicos; les tocó afrontar el nacimiento del internet, por lo que se resisten un poco a este, pero no lo descartan como herramienta útil (Alvarado y González 2021, p. 19).

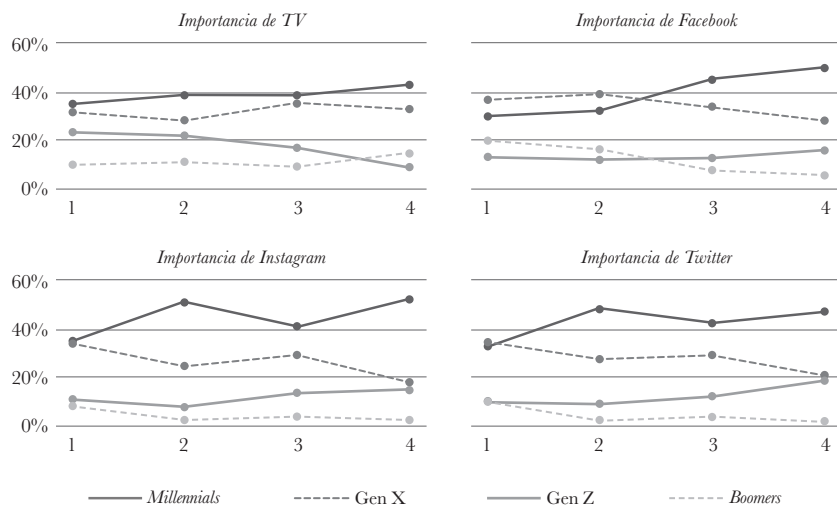
Los *millennials* son un punto de referencia entre lo tecnológico y lo clásico. Crecieron con el desarrollo de internet y la mayoría de las herramientas tecnológicas, por lo que están acostumbrados a un mundo donde todo está conectado y comunicado (Cervetti, 2014). Si se quiere llegar a ellos se debe hacer mediante medios tecnológicos o redes sociales, no se fijan en los medios tradicionales como radio o televisión (Grupo ACIR, 2014).

Por último, los *centennials* son la generación más abierta al cambio, a la diversidad y a las diferentes opiniones y estilos de vida. Involucran a

la tecnología en todos los ámbitos de su vida y, pese a que son la generación que más facilidad de acceso tiene a cualquier tipo de información, es la peor informada ya que en ocasiones su curiosidad les invita a manejar fuentes no certeras. (Alvarado y González, 2021, p. 16).

Las diferencias generacionales parecen claras cuando se observa la importancia de ciertos canales de comunicación, como la televisión y las redes sociales. Como se muestra en los datos para Nuevo León de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, la Gráfica 1 da cuenta de una brecha limitada de 10 puntos entre *millennials* y el resto de las generaciones cuando se trata de la importancia que se le atribuye a la televisión para informarse sobre política.

GRÁFICA 1
 IMPORTANCIA DE MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES SEGÚN GENERACIÓN

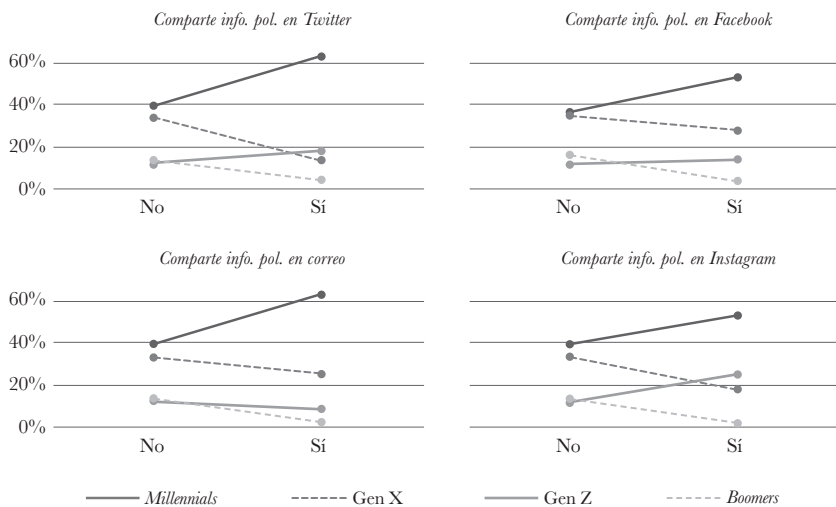


Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, recodificación de los autores.

Sin embargo, al considerar a la red social Facebook, dicha distancia empieza a ser mayor, lo que también ocurre con Twitter y de

manera mucho más amplia con Instagram, con una brecha de más de 35 puntos. Pareciera que la generación *boomer* privilegia más la televisión que las redes, mientras que la generación Z mantiene sus preferencias en el sentido opuesto.

GRÁFICA 2
COMPARTE INFORMACIÓN POLÍTICA EN MEDIOS DIGITALES SEGÚN GENERACIÓN



Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, recodificación de los autores.

De igual manera, estas diferencias también se manifiestan cuando se analiza si las personas comparten o no información sobre política por correo electrónico y por redes sociales. Como se muestra en la Gráfica 2, la generación *millennial* es la más proclive a compartir información sobre política, sea por correo o por redes sociales. También destaca que la generación Z tiende a usar muy poco el correo electrónico para estos fines (10%) y mucho más Instagram (27%), mientras que Twitter y Facebook quedan entre estos extremos.

UN MARCO TEÓRICO MÍNIMO

No existe un consenso sobre qué significa el conocimiento sobre política (Luskin, 1987; DelliCarpini y Keeter, 1996; Barabas, 2002; Mondak, 2001; Prior y Lupia, 2008; Ferrín Pereira, Fraile y Rubal, 2015), pues tradicionalmente se ha centrado en indagar sobre hechos, como lo son nombres de personas destacadas en la política, información cívica o el número de puestos de elección popular, más que razonamientos o procesos.

Este tipo de mediciones ha llevado a detectar amplias brechas de género ante papeles sociales impuestos, especialmente cuando se valoran más los hechos y se dejan de lado los dominios analíticos de conocimiento sobre política, en los cuales los hombres destacan en los primeros y las mujeres en los segundos (Ferrín Pereira, Fraile y Rubal, 2015). Adicionalmente, si el proceso de aprendizaje sobre política importa (procesos), entonces los meros ejercicios de memoria solo medirían una limitada capacidad para recordar hechos, como parece que en efecto ocurre (Prior y Lupia, 2008).

Bajo condiciones específicas como elecciones muy competidas, con independencia de los niveles de información política, la ciudadanía activa la discusión y el interés ante la ceñida contienda electoral y entonces tiene algo que decir (Kam, 2006). En este sentido, cuando las elecciones presentan ciertos cambios en las preferencias, pudiera esperarse que las personas reporten un mayor interés en seguir las campañas.

Aunado a ello, las condiciones de relativo confinamiento por la pandemia desencadenada por el SARS-COV-2 ayudaron a incrementar el tiempo que las personas pasaron en las redes sociales. Por ejemplo, entre febrero y abril de 2020 las personas usuarias de redes sociales en México pasaron 33 minutos diarios adicionales en Facebook, 21 más en YouTube, 19 adicionales en WhatsApp y 12 minutos más en Twitter e Instagram, respectivamente, como lo reportó Nielsen México (Gutiérrez, 2020).

En las elecciones para Gobernador de Nuevo León en 2015, con el triunfo del candidato independiente Jaime Rodríguez Calderón, «el Bronco», se observó una cierta sustitución de la estructura partidaria por las redes sociales, en particular con el uso de la red social Facebook (Howard *et al.*, 2017; Moreno, 2018, p. 101). Si bien desde hace seis años las redes sociales ya estaban presentes en las contiendas, ahora con mayor razón se puede suponer que las referidas redes sirven de vehículo para incrementar tanto la información política como el seguimiento a las campañas.

Desde luego que la evidencia sobre el impacto de las redes tanto en el conocimiento político como en el interés en campañas es mixta. Por un lado, parecerían incrementarlo en tanto las personas puedan complementar la información que reciben por redes con fuentes tradicionales, como los periódicos impresos, pero, por otro, al acrecentarse la brecha digital entre quienes cuentan con más recursos y quienes no, el efecto de medios digitales puede ser adverso (Sei-Hill, 2008) al ampliar las brechas sociales ya existentes.

Lo que sí resulta un claro consenso en la literatura es la relación positiva entre niveles de escolaridad con conocimientos sobre política (DelliCarpini y Keeter, 1996; Prior y Lupia, 2008; Sei-Hill, 2008), así como la brecha de género cuando se privilegian hechos y no procesos (Prior y Lupia, 2008; Ferrín Pereira, Fraile y Rubal, 2015).

Aunque la evidencia de la relación entre el uso de redes sociales e información política pudiera ser limitada para el caso de Nuevo León, alguna relación positiva sí existió en las elecciones locales de 2018 (Benavides y Díaz Domínguez, 2018). De hecho, el recibir información sobre política a través de las redes sociales puede resultar de utilidad para contar con noticias de manera ágil (Parmelee y Roman, 2019), para conocer las actividades de las personas que se están postulando a cargos de elección popular (Heras Gómez y Díaz Jiménez, 2017) y para poder establecer alguna interacción con la ciudadanía (Howard *et al.*, 2017).

De acuerdo con la evidencia de las elecciones presidenciales 2018, el volumen de información dudosa, falsa o conspiratoria en las redes sociales mexicanas parece ser escaso (Glowaki, *et al.*, 2018), lo cual sugiere que no debería observarse un detrimento en el seguimiento de las campañas ante información que se puede juzgar como falsa o dudosa.

Por último, las brechas generacionales resultan relevantes en el uso de redes sociales, ya que son las personas nativas digitales quienes emplean más las plataformas (Parmelee y Roman, 2019), mientras que las personas mayores prefieren medios tradicionales como la televisión para informarse. Si bien los medios masivos tradicionales cuentan con algunas alternativas para interactuar con la audiencia, como llamadas telefónicas, mensajes de texto o incluso mensajes en Twitter, la interacción en redes sociales es mucho más directa al propiciar cierta dinámica de deliberación (Howard *et al.*, 2017; Ferreira *et al.*, 2021).

HIPÓTESIS, DATOS Y MODELOS

De la revisión de la literatura se pueden plantear dos ideas centrales; la primera es el tipo de información obtenida en redes sociales y el uso de esta; mientras que la segunda expone la idea sobre comportamientos diversos dadas las diferencias generacionales. Estas ideas dan pie a las siguientes hipótesis:

- H1: Quienes consideran que las redes sociales son importantes para informarse tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales.
- H2: Quienes reciben información política en sus redes sociales tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales.

- H3: Quienes han recibido información política en sus redes sociales que consideran falsa tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales.
- H4: Quienes comparten información política en sus redes sociales tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales.
- H5: Las generaciones *boomer* y *X* tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales que las generaciones *millennial* y *centennial*.

Los datos provienen de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, encargada por la Comisión Estatal Electoral, la cual fue levantada cara a cara a 1,110 personas de 18 años y más, entre el 10 y el 22 de mayo de 2021, con representatividad en el estado de Nuevo León, margen de error de $\pm 3\%$ y un nivel de confianza del 95%, con un diseño bietápico por conglomerados. Dos de las tres variables dependientes corresponden a mediciones de conocimiento sobre política. La primera fue si la persona entrevistada conocía los tres poderes, es decir, Ejecutivo (P50_A), Legislativo (P50_B) y Judicial (P50_C), las cuales se codificaron como variables binarias, y corresponden a 1 cuando un poder fue mencionado y 0 cuando no.

Posteriormente dichas variables fueron sumadas, con lo cual se obtuvo un índice cuyo rango va del 0, no mencionó ningún poder, al 3, esto es, cuando mencionó los tres poderes. La segunda medición de conocimiento sobre política fue si conocía las cuatro elecciones en juego, es decir, la Gubernatura (P52_A), Diputaciones Federales (P52_B), Diputaciones Locales (P52_C) y Presidencia Municipal (P52_D). De igual forma dichas variables se codificaron como binarias y se procedió a sumarles para obtener otro índice, este con un rango de 0 a 4, en el cual 0 correspondió a casos en que la persona entrevistada no mencionó elección alguna y 4 cuando mencionó todas.

Por último, para medir un concepto vinculado con interés en las campañas, el cual no necesariamente captura conocimientos sobre hechos de la política, el cual sirvió como tercera variable dependiente fue hasta qué grado la persona entrevistada seguía la campaña electoral local en un rango del 1 al 4, en el cual un mayor seguimiento correspondió al valor más alto en esta escala (P13_A).

Para el caso de las variables explicativas, la importancia de las redes sociales como fuentes y vehículos de información política (batería P26, Facebook A, Twitter B, Instagram C, WhatsApp D, YouTube E, televisión abierta M y televisión por internet N) fue recodificada del 1 al 4, para que el 4 fuera el de mayor importancia.

Las otras tres variables sobre redes sociales se declararon binarias, es decir recibir información (batería P27), recibir información falsa (batería P28) y compartir información política (batería P29) recibieron valor de 1 y cuando estas acciones no se presentaron recibieron un valor de 0, para los casos de correo electrónico (A), Facebook (B), Twitter (C), Instagram (D), WhatsApp (E) y YouTube (F), respectivamente.

Las generaciones fueron codificadas con base en el año de nacimiento conforme a la división empleada por Pew Research (Dimock, 2019): *boomers* (personas nacidas antes de 1964), generación X (entre 1965 y 1980), *millennials* (entre 1981 y 1996) y generación Z (personas nacidas después de 1996).

Las variables de control fueron si votó o no en las elecciones de 2015 (P14), en las de 2018 (P15), mujer como variable binaria (P58), nivel de ingresos (P59), nivel de escolaridad (P62), si la persona estaba casada (P61), si trabajaba como alguien empleado en una empresa (P63) o si tenía un trabajo de obrero en una fábrica (P63). Finalmente, se agregó si la persona estaba de acuerdo en penalizar el aborto (P30_5), como una aproximación de conservadurismo (Moreno, 2018) y para incluir un tema que hasta cierto grado estuvo presente en las campañas locales (*El Norte*, 2021). La estadística descriptiva se muestra en la Tabla 1.

TABLA 1
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Prom.</i>	<i>Desv. Est.</i>	<i>Min</i>	<i>Pctl(25)</i>	<i>Pctl(75)</i>	<i>Max</i>
<i>Menciona tres poderes</i>	1,110	1.78	1.28	0	0	3	3
<i>Menciona Ejecutivo</i>	1,110	0.61	0.49	0	0	1	1
<i>Menciona Legislativo</i>	1,110	0.56	0.50	0	0	1	1
<i>Menciona Judicial</i>	1,110	0.62	0.49	0	0	1	1
<i>Sabe cuatro elecciones</i>	1,110	2.76	1.24	0	2	4	4
<i>Sabe elec. Guber.</i>	1,110	0.91	0.29	0	1	1	1
<i>Sabe elec. Dip. Fed.</i>	1,110	0.49	0.50	0	0	1	1
<i>Sabe elec. Dip. Loc.</i>	1,110	0.53	0.50	0	0	1	1
<i>Sabe elec. Pres. Muni.</i>	1,110	0.84	0.37	0	1	1	1
<i>Sigue campañas locales</i>	1,084	2.58	0.95	1	2	3	4
<i>Boomers</i>	1,110	0.13	0.34	0	0	0	1
<i>Generación X</i>	1,110	0.33	0.47	0	0	1	1
<i>Millennials</i>	1,110	0.40	0.49	0	0	1	1
<i>Generación X</i>	1,110	0.13	0.33	0	0	0	1
<i>Imp Facebook</i>	992	2.98	0.92	1	2	4	4
<i>Imp Twitter</i>	873	2.34	0.96	1	2	3	4
<i>Imp Instagram</i>	871	2.34	1.01	1	1	3	4
<i>Imp WhatsApp</i>	965	2.55	0.99	1	2	3	4
<i>Imp YouTube</i>	943	2.64	1.00	1	2	3	4
<i>Imp TV</i>	1046	3.42	0.86	1	3	4	4
<i>Imp TV internet</i>	877	2.82	1.02	1	2	4	4
<i>Recibe info correo</i>	1,110	0.08	0.27	0	0	0	1
<i>Recibe info Facebook</i>	1,110	0.38	0.49	0	0	1	1
<i>Recibe info Twitter</i>	1,110	0.07	0.26	0	0	0	1
<i>Recibe info Instagram</i>	1,110	0.08	0.27	0	0	0	1
<i>Recibe info WhatsApp</i>	1,110	0.22	0.42	0	0	0	1
<i>Recibe info YouTube</i>	1,110	0.15	0.35	0	0	0	1
<i>Recibe info falsa correo</i>	1,110	0.03	0.18	0	0	0	1
<i>Recibe info falsa Facebook</i>	1,110	0.21	0.41	0	0	0	1
<i>Recibe info falsa Twitter</i>	1,110	0.05	0.22	0	0	0	1
<i>Recibe info falsa Instagram</i>	1,110	0.04	0.20	0	0	0	1

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Prom.</i>	<i>Desv. Est.</i>	<i>Min</i>	<i>Pctl(25)</i>	<i>Pctl(75)</i>	<i>Max</i>
<i>Recibe info falsa WhatsApp</i>	1,110	0.11	0.32	0	0	0	1
<i>Recibe info falsa YouTube</i>	1,110	0.08	0.27	0	0	0	1
<i>Comparte info correo</i>	1,110	0.03	0.18	0	0	0	1
<i>Comparte info Facebook</i>	1,110	0.23	0.42	0	0	0	1
<i>Comparte info Twitter</i>	1,110	0.04	0.20	0	0	0	1
<i>Comparte info Instagram</i>	1,110	0.04	0.18	0	0	0	1
<i>Comparte info WhatsApp</i>	1,110	0.15	0.35	0	0	0	1
<i>Votó 2015</i>	1,110	0.76	0.43	0	1	1	1
<i>Votó 2018</i>	1,110	0.83	0.38	0	1	1	1
<i>Mujer</i>	1,110	0.52	0.50	0	0	1	1
<i>Ingresos</i>	881	4.24	1.88	1	3	6	8
<i>Casado</i>	1,110	0.61	0.49	0	0	1	1
<i>Escolaridad</i>	1,082	4.17	1.68	1	3	5	7
<i>Obrero</i>	1,110	0.07	0.25	0	0	0	1
<i>Empleado</i>	1,110	0.35	0.48	0	0	1	1
<i>Penaliza aborto</i>	1,110	0.44	0.50	0	0	1	1

Fuente: encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, recodificación de los autores. Menciona tres poderes, incluye Ejecutivo, Legislativo y Judicial; sabe cuatro elecciones, incluye Gobernatura, Diputaciones Federales, Locales y Presidencia Municipal; escolaridad e ingresos fueron recodificadas para seguir un orden creciente.

En virtud de la naturaleza de las variables dependientes, las cuales incluyen categorías de respuesta entre 0 y 3, 0 y 4 y 1 a 4, respectivamente, no se estimaron modelos lineales, sino que se corrieron estimaciones logísticas ordenadas en las cuales se calculan las probabilidades de ocurrencia en cada una de las categorías de respuesta. Los modelos se estimaron utilizando la rutina por de la librería MASS en R (Ripley *et al.*, 2021). Las estimaciones logísticas ordenadas se calculan en forma similar a las estimaciones logísticas binarias, con la diferencia de que la probabilidad acumulada es un resultado ordenado Y, el cual contiene J categorías. Para su estimación se toman J-1 categorías, donde Y será menor o igual a J (Harrell, 2001, pp.

331-343; Agresti, 2013, pp. 301-313). De esta forma, en cuatro categorías se tendrían que $J=4$, y $J-1=3$, esto es, tres comparaciones o interceptos en la estimación (de 0 a 1, de 1 a 2 y de 2 a 3).

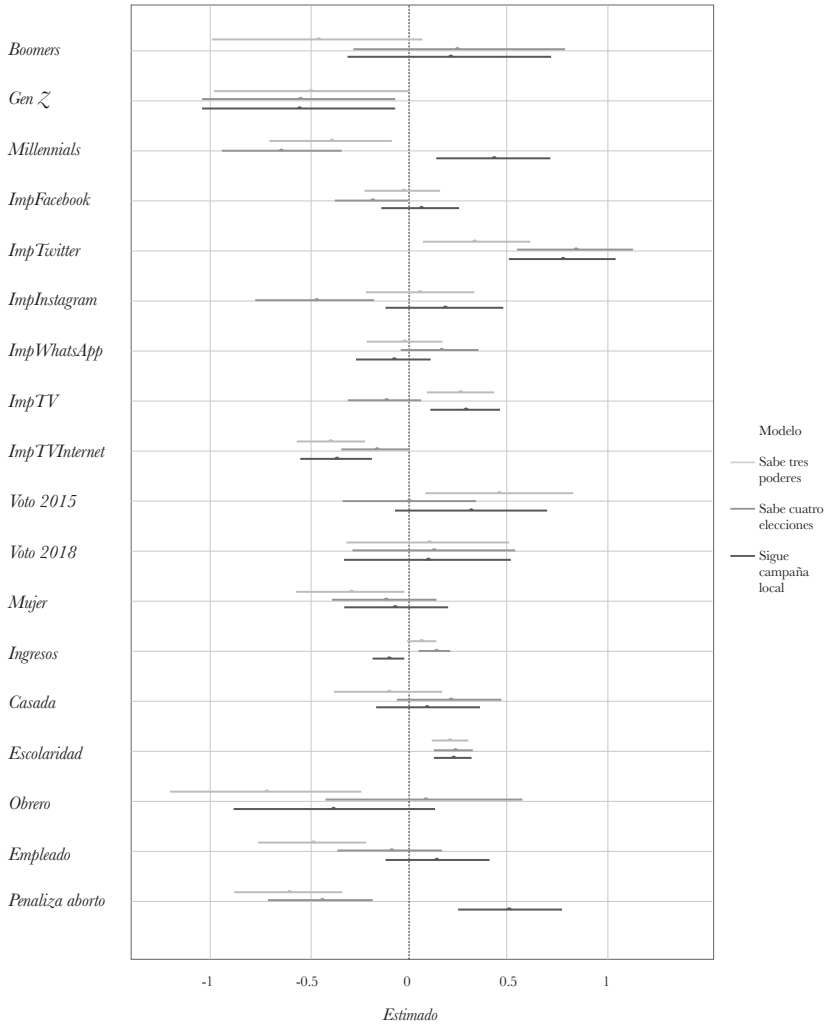
Las gráficas en las cuales se presentan las estimaciones de los modelos se leen como sigue: los círculos representan el coeficiente y las líneas a los lados representan los errores estándar respectivos. Cuando estas líneas no cruzan el eje vertical 0 quiere decir que tienen significancia estadística, pero cuando estas lo cruzan significa que no tienen impacto estadístico alguno. Las variables a la derecha de la línea vertical 0 tendrán un impacto positivo, mientras que las ubicadas a la izquierda tendrán un impacto negativo.

RESULTADOS

Se estimaron 12 modelos con tres variables dependientes con cuatro grupos de variables explicativas. Las tres variables dependientes fueron: a) si la persona conocía cuáles son los tres poderes, es decir Ejecutivo, Legislativo y Judicial; b) si conocía cuáles fueron las cuatro elecciones que se celebraron el 6 de junio, es decir, para la Gobernatura, las Diputaciones Federales, las Locales y las Presidencias Municipales; y c) en qué grado seguía las campañas locales. Los cuatro grupos de variables explicativas fueron: a) el grado de importancia que le otorgaba a cada red social en materia de información política; b) si recibió información política; c) si considera que recibió alguna información falsa; y d) si compartió información política en alguna de sus redes.

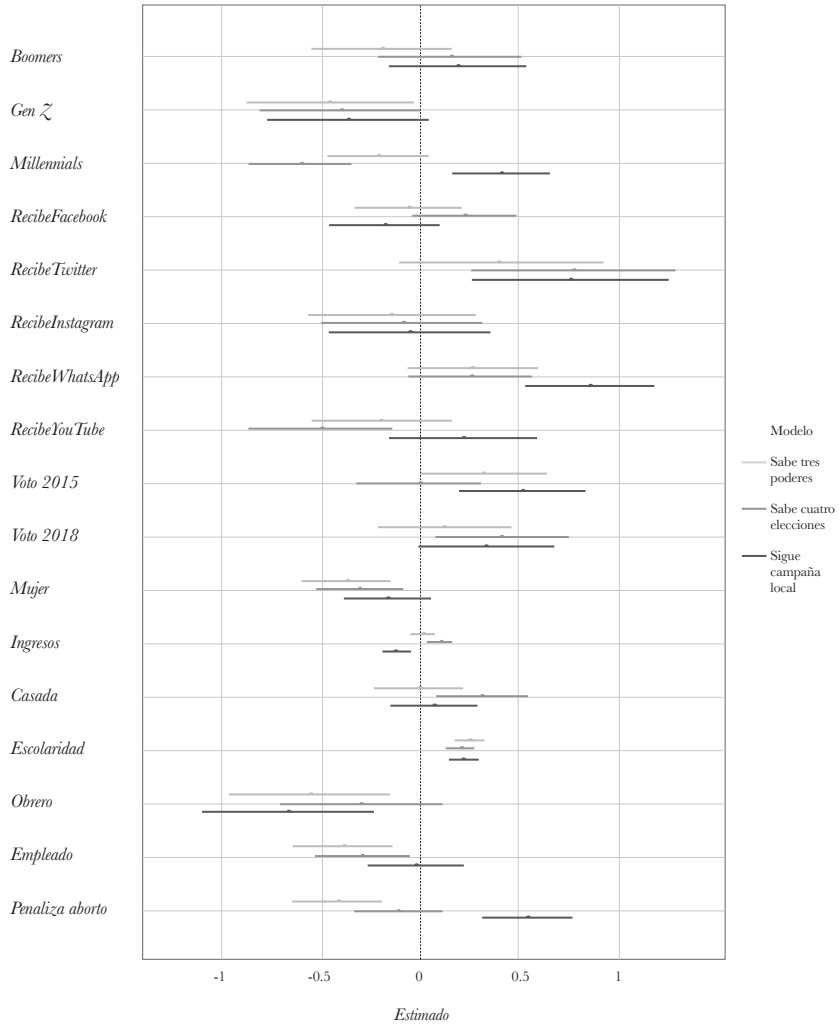
En relación con la importancia de cada red social, como se muestra en la Gráfica 3, se halló que la generación *centennial* presenta menores índices de conocimiento político y un menor interés en seguir las campañas locales. En cambio, la generación *millennial*, aunque presenta menores índices de conocimiento político, sí pareció estar mucho más interesada en seguir las campañas locales.

GRÁFICA 3
 MODELOS IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES



Fuente: estimaciones propias. Estimaciones logísticas ordenadas. Sabe tres poderes: $n=620$, $verosimilitud=-727.34$, bondad de ajuste (McFadden)=0.06. Sabe cuatro elecciones: $n=620$, $verosimilitud=-818.18$, bondad de ajuste (McFadden)=0.06. Sigue campañas locales: $n=606$, $verosimilitud=-713.62$, bondad de ajuste (McFadden)=0.10.

GRÁFICA 4
MODELO RECIBE INFORMACIÓN



Fuente: estimaciones propias. Estimaciones logísticas ordenadas. Sabe tres poderes: $n=870$, verosimilitud=-1,042.98, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sabe cuatro elecciones: $n=870$, verosimilitud=-1,161.82, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sigue campañas locales: $n=851$, verosimilitud=-1,048.35, bondad de ajuste (McFadden)=0.06.

En la H1 se expone que quienes se informan a través de redes sociales tendrán mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales, lo cual no es certero para todos los casos.

Las redes sociales parte muestran comportamientos diferenciados: aquellas personas que le dan importancia al Twitter presentaron mayores índices de conocimiento político e interés en seguir las campañas. En cambio, las personas que reportan como importante a la red social Instagram son aquellas que menos conocen el número de boletas que se recibieron el 6 de junio.

Finalmente, la importancia que se le da a la televisión también presenta comportamientos diferenciados: en el caso de la televisión abierta, las personas reportan un mayor conocimiento en el número de poderes y en el seguir las campañas locales en comparación con quienes le dan importancia a la televisión por internet, y se observa que los efectos son negativos.

El segundo grupo de modelos emplea las mismas variables dependientes, pero ahora se indaga sobre lo que ocurre cuando las personas reportan haber recibido información política en sus redes sociales. Si se toma como base la H2, se esperaba que quienes reciben mayor cantidad de información política en redes sociales posean un mayor nivel de información política y sigan con mayor interés a las campañas locales. Se observa algo similar a la hipótesis previa, esto es, una verificación parcial.

Como se aprecia en la Gráfica 4, se encontró que aquellas personas que reportaron recibir información por Twitter son aquellas que saben el número de boletas a recibir y siguen con mayor interés las campañas locales. De igual forma, quienes recibieron información política vía WhatsApp son aquellas que le dan mayor seguimiento a la campaña local.

En contraste, quienes recibieron información por YouTube saben menos cuántas fueron las elecciones que estuvieron en juego. Respecto a las generaciones, nuevamente se halló que la generación Z repor-

ta un menor índice de conocimiento político en relación con los tres poderes, mientras que los *millennials* nuevamente reportaron conocer menos el número de boletas recibidas, pero fue la generación que se asoció con un mayor interés en seguir las campañas locales.

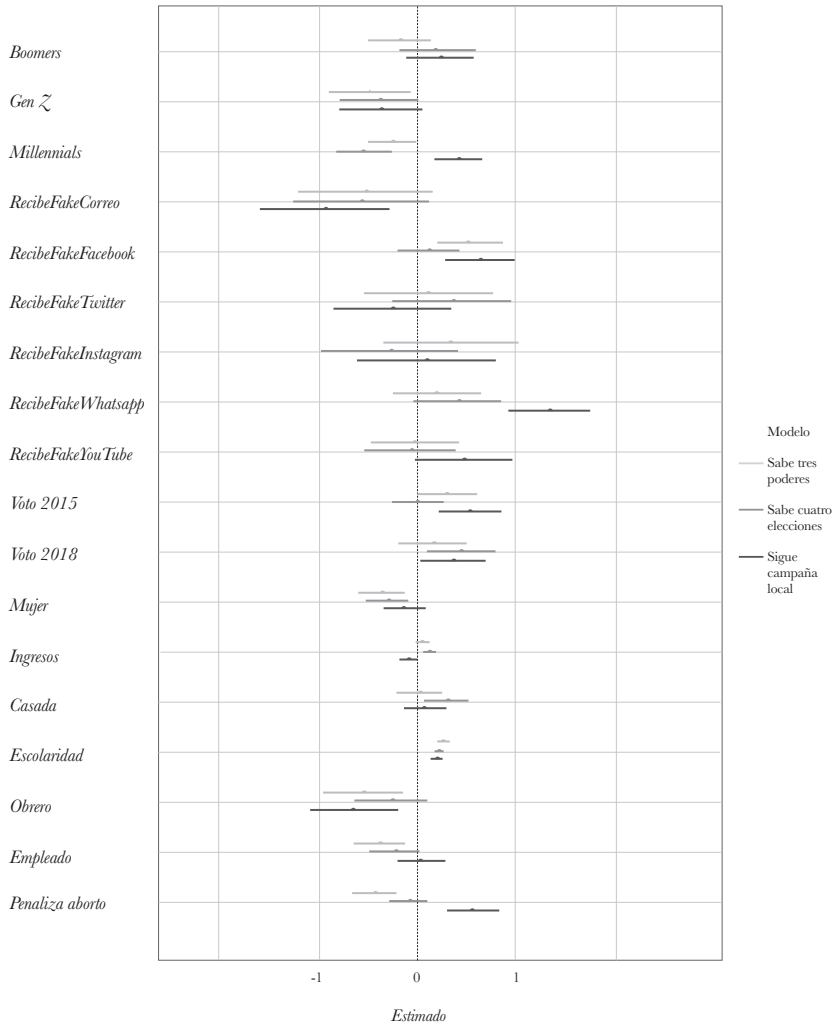
Para verificar la H3, la cual establece que quienes han recibido información política considerada como falsa a través de redes sociales tienen un mayor nivel de información política y siguen con mayor interés las campañas locales, se generaron otros modelos. El tercer grupo de modelos incluye variables relacionadas con la recepción de información falsa a través de las diversas plataformas. Como se muestra en la Gráfica 5, se encontró que las personas que reciben información falsa por correo electrónico son las menos proclives a dar seguimiento a la campaña local.

En cambio, las personas que recibieron información falsa por Facebook son aquellas que ahora reportan un mayor conocimiento sobre el número de poderes, así como un mayor interés en dar seguimiento a las campañas. De igual forma, aquellas personas que recibieron información falsa por WhatsApp también se asocian con un mayor interés en seguir las campañas.

Finalmente, para la H4, la cual plantea que quienes comparten información política en sus redes sociales tendrán un mayor nivel de información política y seguirán con mayor interés las campañas locales, se tiene al último grupo de modelos estimados y siempre conserva las mismas variables dependientes. Ahora investiga los efectos de compartir información por redes sociales. Como se aprecia en la Gráfica 6, las personas que compartieron información por correo electrónico son las menos proclives a conocer el número de boletas recibidas y presentan un menor interés en seguir las campañas locales.

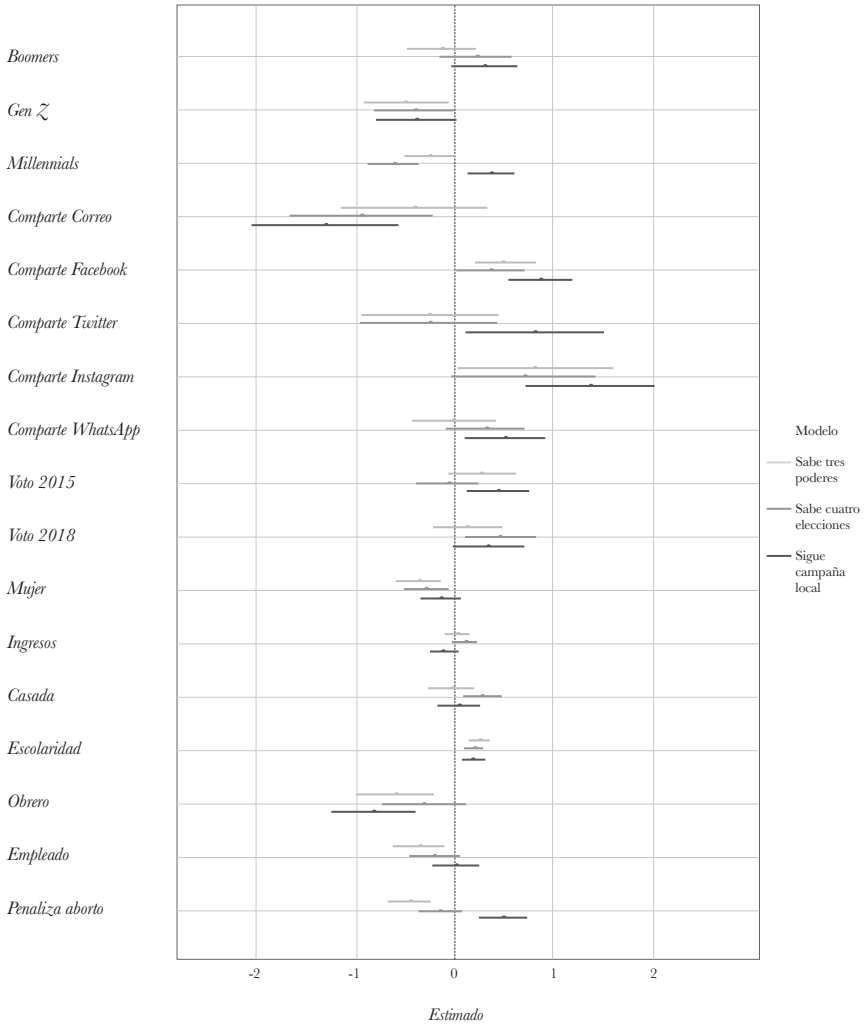
En cambio, las personas que comparten información en Facebook son aquellas que presentan un mayor índice de conocimiento político en ambas mediciones, es decir, en conocer el número de poderes y en el número de boletas recibidas el día de la elección, así como se asocian con un mayor interés en seguir las campañas.

GRÁFICA 5
 MODELOS RECIBE INFORMACIÓN FALSA



Fuente: estimaciones propias. Estimaciones logísticas ordenadas. Sabe tres Poderes: $n=870$, verosimilitud=-1,038.5, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sabe cuatro elecciones: $n=870$, verosimilitud=-1,166.89, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sigue campañas locales: $n=851$, verosimilitud=-1,032.46, bondad de ajuste (McFadden)=0.08.

GRÁFICA 6
MODELO COMPARTE INFORMACIÓN



Fuente: estimaciones propias. Estimaciones logísticas ordenadas. Sabe tres poderes: $n=870$, verosimilitud=-1,039.34, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sabe cuatro elecciones: $n=870$, verosimilitud=-1,161.01, bondad de ajuste (McFadden)=0.04. Sigue campañas locales: $n=851$, verosimilitud=-1,026.8, bondad de ajuste (McFadden)=0.08.

De igual forma, aquellas personas que compartieron información política por Twitter, Instagram y WhatsApp son aquellas que ahora reportan un mayor interés en seguir las campañas electorales locales.

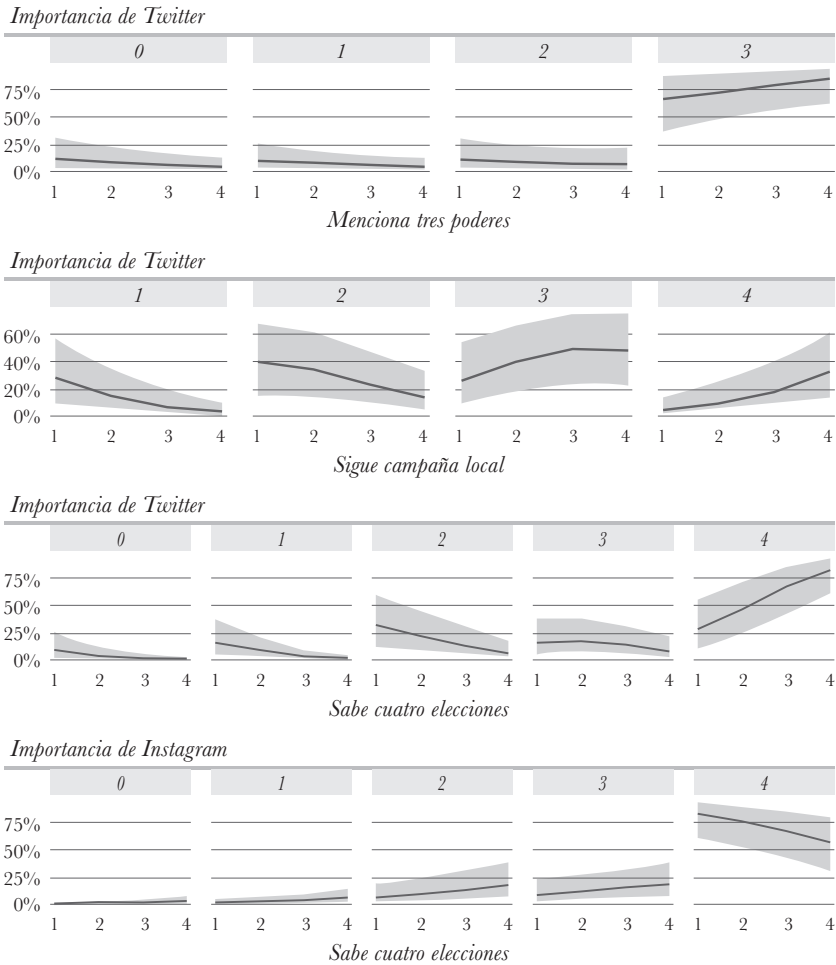
En las cuatro gráficas previas se exhiben resultados diversos a los planteados en la H5, en la cual se creía que las generaciones *boomer* y *X* tendrán mayor nivel de información política y seguirían con mayor interés las campañas locales. Los modelos muestran algo contrastante, la generación *millennial* es la que pese a no contar con el mayor nivel de información política es la que sigue con mayor interés las campañas locales. En cambio, los *centennials* no poseen información política ni siguen con interés las campañas locales.

Para conocer los detalles de los efectos de las variables explicativas de interés en las dependientes, a continuación se presentan las gráficas de predicción de probabilidades, las cuales se calcularon con la librería *sjPlot* en R (Lüdecke, 2021). Las gráficas muestran a) los efectos de la importancia de las redes; b) recibir información; c) haber recibido información falsa; y d) compartir información política por redes sociales.

Respecto de la importancia de las redes, como se muestra en la Gráfica 7, se encontró que las personas que le dan una mayor importancia al Twitter son las que revelan mayores conocimientos sobre política, tanto en el número de poderes, como en conocer el número de boletas que se entregaron el día de la elección. Asimismo, también manifiestan un mayor interés en seguir las campañas locales, especialmente cuando se comparan los niveles 1 y 4. En contraposición, aquellas personas que le dan importancia a la red social Instagram fueron las menos proclives a conocer el número de boletas que se recibieron el 6 de junio.

Los efectos sobre recibir información política, mostrados en la Gráfica 8 sugieren que quienes recibieron información por Twitter, en efecto son aquellas que conocen más sobre el número de elecciones en juego, así como aquellas que presentan un mayor interés en seguir la campaña, especialmente si se comparan los paneles 1 y 3.

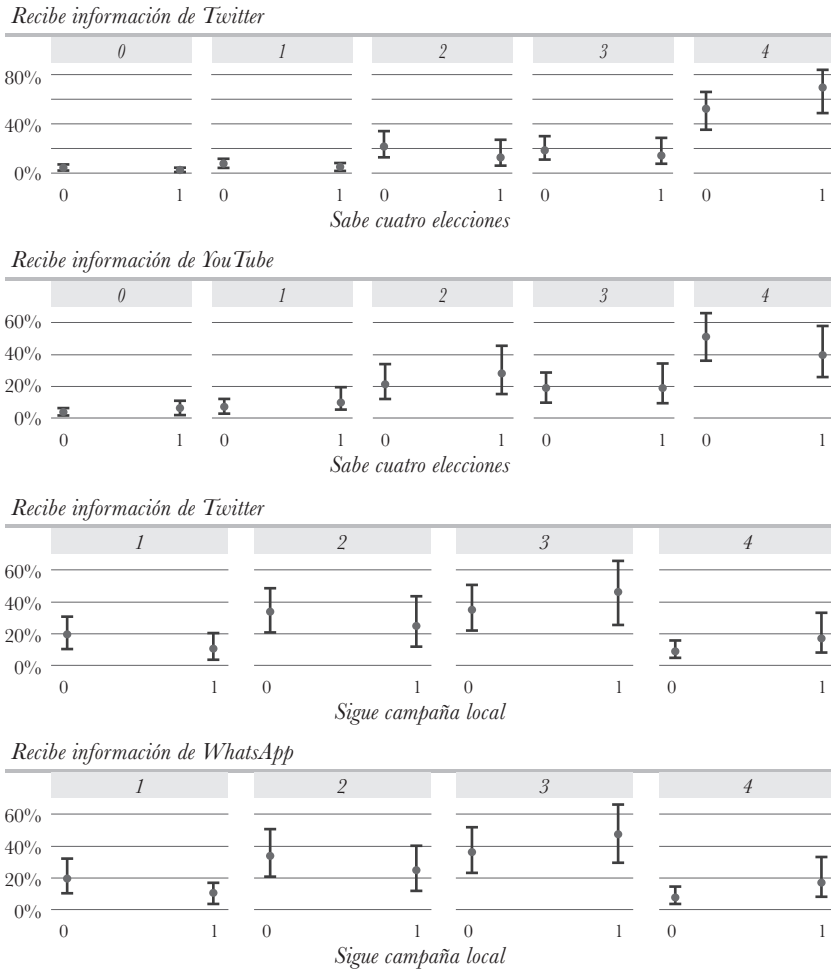
GRÁFICA 7
 PREDICCIÓN DE PROBABILIDADES, IMPORTANCIA DE REDES SOCIALES



Fuente: estimaciones de la Gráfica 3.

En contraste, las personas que recibieron información por YouTube son menos proclives a conocer el número de boletas. Por su parte, quienes lo hicieron a través de WhatsApp muestran mayor interés en seguir la campaña local, especialmente si se comparan los paneles

GRÁFICA 8
 PREDICCIÓN DE PROBABILIDADES, RECIBE INFORMACIÓN



Fuente: estimaciones de la Gráfica 4.

1 y 3. Se puede concluir que la red social Twitter pareciera las más asociada con la política y después WhatsApp, mientras que YouTube figurara reducir los conocimientos sobre datos políticos.

Recibir noticias falsas por correo reduce el interés en dar segui-

miento a la campaña local, si se comparan los paneles 1 y 4, como se muestra en la Gráfica 9. Respecto a recibir noticias falsas por Facebook, se aprecia que las personas muestran un mayor interés en seguir la campaña local cuando se cotejan los paneles 1 y 3.

Sin embargo, dicha probabilidad se reduce si se contrastan los paneles 3 y 4, lo cual sugiere que los efectos sobre recibir noticias falsas por Facebook si bien incrementan el interés en las campañas, no se aumenta lo suficiente como para alcanzar niveles máximos. Un efecto similar se observa cuando se recibe noticias falsas por WhatsApp, ya que si bien la probabilidad de dar seguimiento a la campaña aumenta cuando se comparan los paneles 1 y 3, ya no se observa con el último panel, es decir, el cuarto.

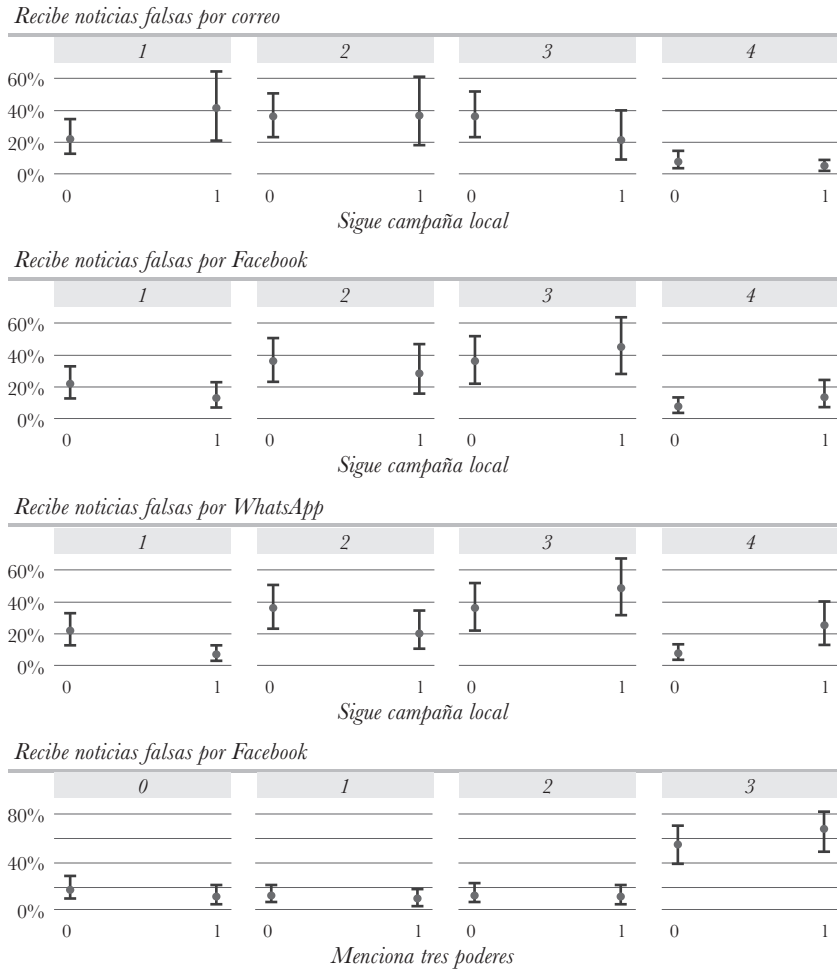
Por último, quienes reciben noticias falsas por Facebook muestran una mayor probabilidad de conocer los tres poderes. De lo anterior se puede concluir que la recepción de noticias falsas por redes sociales quizá desata un mecanismo de búsqueda adicional de información ante la recepción de tales noticias o presuntos hechos, lo cual puede incrementar tanto el involucramiento como el interés en datos sobre política y el dar seguimiento a la contienda electoral.

Compartir noticias o información política por correo electrónico disminuye la probabilidad de conocer el número de elecciones en juego, como se muestra en las gráficas 10 y 11. En contraste, compartir información por Facebook no solo incrementa el conocimiento político sobre los tres poderes y las cuatro elecciones en juego, sino que además aumenta el interés en dar seguimiento a las campañas. Si bien los aumentos solo llegan al nivel 3, sí se aprecian efectos positivos, pues al comparar los paneles 3 y 4, las probabilidades disminuyen.

Finalmente, compartir información por correo también reduce el interés en seguir las campañas, lo cual no ocurre así con Twitter, Instagram y WhatsApp. Todo ello sugiere que compartir información política por dichas redes sí incrementa el seguimiento de las campañas locales, aunque nuevamente debe precisarse que en el

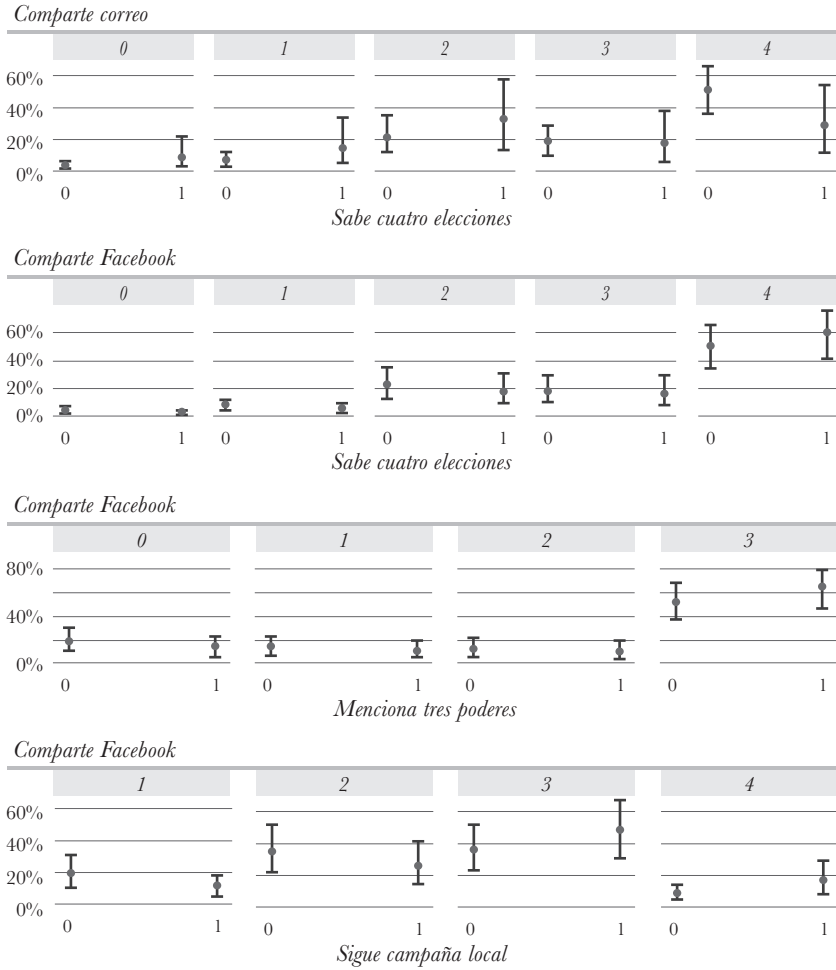
caso de WhatsApp, por ejemplo, se aprecia que los niveles máximos no se alcanzan, ya que la probabilidad observada en el panel 4 es menor a la del 3.

GRÁFICA 9
 PREDICCIÓN DE PROBABILIDADES, RECIBE INFORMACIÓN FALSA



Fuente: estimaciones de la Gráfica 5.

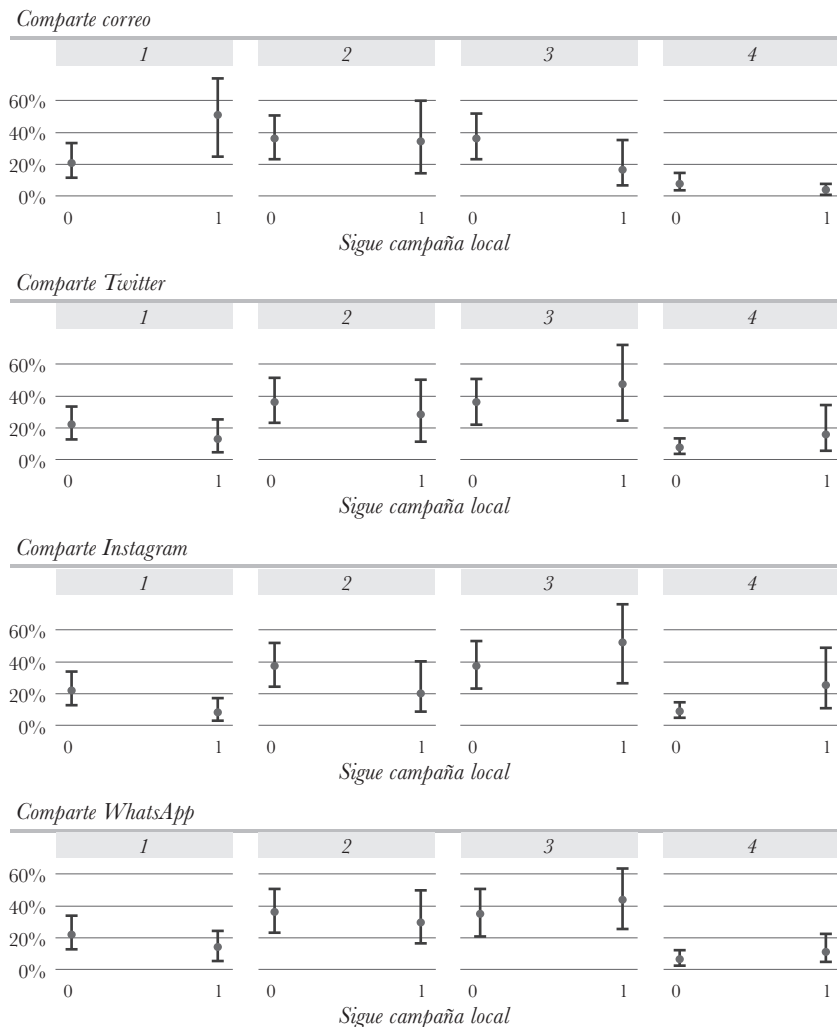
GRÁFICA 10
 PREDICCIÓN DE PROBABILIDADES, COMPARTE INFORMACIÓN,
 CORREO Y FACEBOOK



Fuente: estimaciones de la Gráfica 6.

Esta relación ya se había observado con anterioridad, lo cual podría sugerir un efecto positivo de las redes sociales en la política, pero de carácter limitado, a excepción de Twitter, en que sí se alcanzan los

GRÁFICA 11
 PREDICCIÓN DE PROBABILIDADES, COMPORTE INFORMACIÓN TWITTER,
 INSTAGRAM Y WHATSAPP



Fuente: estimaciones de la Gráfica 6.

niveles máximos. Un hallazgo que vale la pena destacar es el papel que juega la red social Instagram, de naturaleza poco política, en la cual compartir información por dicha vía incrementa el interés en

las campañas. Esto sugiere que el esquema de influencers sí puede atraer a las personas hacia las contiendas electorales en lo general, más allá de su apoyo o rechazo a partidos o candidaturas en lo particular.

Si bien no en todos los casos las diversas plataformas de redes sociales incrementan el conocimiento sobre política, diversos comportamientos, como el recibir información que la persona considera falsa o el compartir información política por tales vías sí parecen asociarse con un mayor nivel de conocimiento político y un mayor interés en las contiendas.

CONCLUSIONES

Este capítulo exploró el impacto de las redes sociales sobre los niveles de información política y el seguimiento a las campañas electorales en las elecciones locales de 2021 en Nuevo León. Se empleó el marco teórico sobre conocimiento político y las distinciones entre tipos de plataformas digitales, con miras a verificar si quienes consideran a las redes sociales como fuentes importantes de información política, en efecto reportaron mayor conocimiento político y mayor seguimiento a las campañas.

Asimismo, se verificó si quienes recibieron y compartieron información por dichas redes, tanto real como posiblemente falsa, a decir de las propias personas entrevistadas, también presentaron mayores niveles de información política e interés en seguir las campañas. Para verificar estas hipótesis de manera empírica se empleó la encuesta con alcance estatal Perfiles del electorado nuevoleonés 2021, encargada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Las estimaciones para conocer si la importancia, la recepción y el compartir información por redes sociales se relacionaron con mayores niveles de conocimiento sobre política y un mayor seguimiento de las campañas electorales locales fueron modelos logísticos ordenados.

Los principales hallazgos se centraron en que tanto la red social Instagram como Facebook no solo sirvieron como vehículos informativos, sino que además parecieron ayudar para observar un mayor seguimiento de las campañas locales.

Aunque las hipótesis planteadas sugerían un comportamiento razonablemente uniforme y positivo de las redes sociales en un mayor conocimiento político y seguimiento de campañas, sí se hallaron variaciones según la red social. Por ejemplo, quienes consideraron importante a Twitter fueron más proclives a contar con un mayor nivel de información política y a seguir más las campañas, mientras que quienes consideraron importante a Instagram resultaron con menos conocimiento político. Esto sugiere que no todas las redes son iguales ni tienen un impacto político semejante. Adicionales variaciones confirmaron lo anterior, ya que recibir información por Twitter y WhatsApp incrementó el conocimiento sobre política y seguimiento de campañas; en cambio, recibir información por YouTube disminuyó el conocimiento político.

Un hallazgo interesante que sí homologa el impacto positivo de las redes en el seguimiento de las campañas locales fue que el recibir información falsa, a juicio de la persona entrevistada se asoció con un incremento en el interés por seguir dichas campañas, esto en los casos de Facebook y WhatsApp, no así cuando se recibió información falsa por correo electrónico. Otro hallazgo en esta línea, es decir que sí muestra el efecto positivo de las redes sociales, fue que quienes compartieron información en varias plataformas, como Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, sí reportaron un mayor interés en seguir las campañas, lo cual contrasta con la importancia que las personas entrevistadas otorgaron a cada red social, en que solamente Twitter tuvo efectos positivos en todos los modelos, excepto el de información falsa.

Merece destacarse el papel de quienes usaron Instagram, pues el considerar a esta red como importante se asoció con un menor interés en seguir la campaña, pero quienes usaron dicha red para

compartir contenidos políticos sí se relacionaron con un mayor interés en las campañas electorales. Lo anterior pudiera estar en línea con la doble idea que se deriva de la literatura, esto es, Instagram como una red social que permite allegarse de información de manera ágil directamente de la propia clase política y de quienes se han postulado a un cargo público, pero que a su vez también permite que quienes comparten contenidos mantengan la deliberación durante un cierto tiempo.

También debe mencionarse que la forma en que se consumen contenidos importa. Por ejemplo, la televisión abierta tuvo un impacto positivo en conocimiento político y seguimiento de campañas, no así la televisión por internet, pues su efecto fue negativo. Esto también sugiere que la forma de consumo puede estar ligada con el tipo de audiencia, por lo que resultaría útil explorar en un futuro inmediato si existen perfiles generacionales claramente diferenciados en este tipo de consumos específicos.

Respecto a las variables de control, en general, un mayor nivel de escolaridad e ingresos se asoció positivamente con conocimiento político y seguimiento de campañas, en línea con la literatura. Sin embargo, un mayor nivel ingresos también se relacionó con un menor interés en seguir las campañas cuando se incluyeron variables como recibir y compartir información por cada red social. La brecha de género se corroboró parcialmente, al menos para el caso de conocimiento sobre hechos políticos, en que ser mujer se asoció con menores niveles.

Sobre las generaciones, la *boomer* y la *X* no tuvieron un mayor interés en seguir la campaña, como sí lo tuvo la generación *millennial*. Destaca que tanto la generación *millennial* como la *Z* se asociaron con un menor conocimiento sobre política, a diferencia de las generaciones *X* y *boomer*, en consonancia con lo esperado por la teoría sobre conocimiento político. Por último, estar a favor de penalizar el aborto se asoció positivamente con seguir la campaña, pero negativamente con mayores niveles de conocimiento político, lo cual

sugiere que quizá el tema como tal sí revistió alguna relevancia en las campañas.

En conclusión, el papel de las redes sociales en la información política parece ser mixto. Cuando se trata de la importancia que las personas atribuyen a dichas redes, solo Twitter resulta con un impacto positivo. En cambio, cuando se trata de compartir información, la repercusión de las redes sociales es positiva tanto en los niveles de información política, como en un mayor interés en seguir las campañas electorales locales. Quedará para futuras investigaciones analizar los contenidos específicos de cada red social y su impacto en sus audiencias. Este capítulo se ha limitado a explorar las asociaciones entre importancia y uso de las redes sociales a nivel individual mediante encuestas y los niveles de conocimiento político y seguimiento de campaña, con resultados positivos cuando se comparte información a través de las propias redes sociales.

REFERENCIAS

- Agresti, Alan (2013). *Categorical Data Analysis*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Alvarado, Paula y González, Ariana (2021). *Estudio de las Diferencias en el Consumo por generaciones: baby boomers, generación X, millennials (Y) y centennials (Z) en la Ciudad de Cuenca para el año 2020* (trabajo de titulación previo a la obtención del grado). Universidad del Azuay, Ecuador.
- Barabas, Jason (2002). «Another Look at the Measurement of Political Knowledge», *Political Analysis*, vol. 10, no. 2, pp. 1-14.
- Bast, Jennifer (2021). «Politicians, Parties, and Government Representatives on Instagram: A Review of Research Approaches, Usage Patterns, and Effects», *Review of Communication Research*, vol. 9, pp. 193-246. Recuperado de <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.032>
- Benavides, Guillermina y Díaz Domínguez, Alejandro (2018). Género, política y redes sociales en 2018. En Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos (coords.). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Cervetti, María del Pilar (2014). *Conflictos por la convivencia de baby boomers, generación X y generación Y en los equipos de trabajo* (tesis de grado). Universidad de Andrés, Argentina. Recuperado de <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/10834/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.G.%20A.%20y%20C.%20Cervetti%2c%20Mar%2c%20ada%20del%20Pilar.pdf>
- DelliCarpini, Michael X. y Keeter, Scott (1996). *What Americans Know About Politics and Why It Matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Dimock, Michael (2019). «Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins», *Pew Research*. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- El Norte (2021). «Víctor Fuentes recrimina a Luis Donaldo Colosio por haber votado a favor del aborto», *El Norte*. Recuperado de <https://twitter.com/elnorte/status/1392296366127333377>

- Ferreira, Carlos H. G., Murai, Fabricio, Silva, Ana P. C., Almeida, Jussara M., Trevisan, Martino, Vassio, Luca, Mellia, Marco y Drago, Idilio (2021). «On the dynamics of political discussions on Instagram: A network perspective», *Online Social Networks and Media*, vol. 25. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2021.100155>
- Ferrín Pereira, Mónica, Fraile, Marta, y Rubal, Martiño (2015). “Young and Gapped? Political Knowledge of Girls and Boys in Europe”, *Political Research Quarterly*, 68(1), pp. 63–76. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1065912914554040>
- Glowacki, Monika, Narayanan, Vidya, Maynard, Sam, Hirsch, Gustavo, Kollanyi, Bence, Neudert, Lisa-Maria, Howard, Philip N., Lederer, Thomas y Barash, Vlad (2018), «News and Political Information Consumption in Mexico: Mapping the 2018 Mexican Presidential Election on Twitter and Facebook», *Data Memo 2018*. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. Recuperado de <https://demotech.oii.ox.ac.uk/research/posts/news-and-political-information-consumption-in-mexico-mapping-the-2018-mexican-presidential-election-on-twitter-and-facebook/>
- Grupo ACIR (2014). Marketing generacional. Recuperado de <https://grupoacir.com.mx/wp-content/uploads/2018/09/12-eBook-Marketing-generacional.pdf>
- Gutiérrez, Julio (2020). «Mexicanos están 42% más tiempo en redes sociales en cuarentena: Nielsen», *La Jornada*. 6 de mayo de 2020. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/economia/2020/05/06/mexicanos-estan-42-mas-tiempo-en-redes-sociales-en-cuarentena-nielsen-1173.html>
- Harrell, Frank E. (2001). *Ordinal Logistic Regression*. In: *Regression Modeling Strategies*. New York: Springer. Recuperado de https://doi.org/10.1007/978-1-4757-3462-1_13
- Heras Gómez, Leticia y Díaz Jiménez, Oniel (2017). «Las redes sociales en las campañas de los candidatos a diputados locales del PRI, el PAN y el PRD en las elecciones de 2015 en el Estado de México», *Apuntes Electo-*

- rales*, vol. 16, no. 57, pp. 71-108. Recuperado de <https://aelectorales.ieem.org.mx/index.php/ae/article/view/90>
- Howard, Philip N., Savage, Saiph, Flores Saviaga, Claudia, Toxtli, Carlos y Monroy-Hernández, Andrés (2017). «Social Media, Civic Engagement, and the Slacktivism Hypothesis: Lessons From Mexico’s “El Bronco”», *Columbia SIPA Journal of International Affairs*, vol. 70, no. 1, pp. 55-73.
- Kam, Cindy D. (2006). «Political Campaigns and Open-Minded Thinking», *Journal of Politics*, vol. 68, no. 4, pp. 931-945. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1468-2508.2006.00481.x>
- Kupperschmidt, Betty R. (2000). «Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management», *Health Care Manager*, vol. 19, no. 1, pp. 65-76.
- Lüdecke, Daniel (2021). «Package “sjPlot”. Data Visualization for Statistics in Social Science», R-CRAN. Recuperado de <https://CRAN.R-project.org/package=sjPlot>
- Luna, Guadalupe (2021). «Influencers y política: las “stories” que ganan elecciones», *Tec Review*. Recuperado de <https://tecreview.tec.mx/2021/06/14/tecnologia/influencers-y-politica-las-stories-que-ganan-elecciones/>
- Luskin, Robert C. (1987). «Measuring Political Sophistication», *American Journal of Political Science*, vol. 31, no. 4, pp. 856-899.
- Mondak, Jeffrey J. (2001). «Developing Valid Knowledge Scales», *American Journal of Political Science*, vol. 45, no. 1, pp. 224-238.
- Moreno, Alejandro (2018). *El cambio electoral: votantes, encuestas y democracia en México*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Neuborne, Ellen (1999). «Generation Y», *Business Week*, vol. 36, no.16, pp. 80-88.
- Parmelee, John H., y Roman, Nataliya (2019). «Insta-Políticos: Motivations for Following Political Leaders on Instagram», *Social Media + Society*, vol. 5, no. 2, pp. 1-12. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/2056305119837662>

- Prior, Markus y Lupia, Arthur (2008). «Money, Time, and Political Knowledge: Distinguishing Quick Recall and Political Learning Skills», *American Journal of Political Science*, vol. 52, no. 1, pp. 169-182.
- Ripley, Bryan, Venables, Bill, Bates, Douglas M., Hornik, Kurt, Gebhardt, Albrecht y Firth, David (2021). «Package “MASS”. Support Functions and Datasets for Venables and Ripley’s MASS», *R-CRAN*. Recuperado de <https://CRAN.R-project.org/package=MASS>
- Saucedo, Juana, Hernández, Alicia, Peña de León, Alicia, Amezcua, Bernardo y López, Guiselle (2018). «Baby Boomers una Generación Puente», *Revista Internacional Administración y Finanzas*, vol. 11, no. 3, pp. 47-56. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=3244084>
- Seil-Hill, Kim (2008). «Testing the Knowledge Gap Hypothesis in South Korea: Traditional News Media, the Internet and Political Learning», *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 20, no. 2, pp. 193-210.
- Statista (2021), *Social media usage in Mexico*. México: Statista. <https://www.statista.com/study/66866/social-media-usage-in-mexico/>

III.
CIUDADANÍA, VALORES
Y RELACIONES CON
LOS PARTIDOS POLÍTICOS

VALORES E IDEOLOGÍAS RELIGIOSAS EN EL ELECTORADO NUEVOLEONÉS

José María Infante Bonfiglio

La religión es una experiencia omnipresente en todas las sociedades. No hay aspecto de la vida social que no muestre rasgos de esta condición. Esto se debe a varios factores, entre ellos que la religión es uno de los mecanismos más eficientes del control social (Turner, 1988). Sin embargo, encontrar una definición de validez y aceptación universales para este suceso social es más difícil.

Aparentemente fue Émile Durkheim (1982) el primero que intentó proponer una definición de la religión como un acontecimiento social, pero hasta ahora no hemos conseguido unanimidad en la aceptación de una definición entre los científicos sociales. Probablemente la caracterización más adecuada para una religión es la propuesta por Sigmund Freud (1976), en la cual se deduce que se trata de una cosmovisión. En los Estados Unidos, la religión ha tenido un papel más importante que la pertenencia a una clase en la formación de actitudes políticas (Wilcox, 1990).

La historia de México está atiborrada de acontecimientos cuyas creencias o rituales religiosos tienen una importancia central. No todos los rituales tienen la misma importancia ni son practicados por toda la población, pero en conjunto han llevado a conformar

costumbres en la vida social de ejecución casi obligatoria e inconsciente en muchos casos. Los rituales son practicados aun por afuera de la comunidad de los creyentes e involucran acciones de trasfondo mágico o no natural. Algunas permanecen en el imaginario popular por mucho tiempo y se convierten en costumbres de identidad sociocultural. La religión presenta, también, variedades individuales o colectivas que no quebrantan la unidad básica del sistema social. Los pensadores clásicos de la teoría social han coincidido en caracterizar a la religión como una forma de ilusión (Giddens, 1989), lo cual no mitiga la fuerza que posee en las relaciones sociales. Sonia Roccas (2005) expresa que en muchos casos los conflictos sobre los idearios entre las personas de una misma religión suelen ser muy atroces y que aun en las sociedades en la cual la religión no presenta un conflicto central, el impacto de los valores religiosos en las relaciones cotidianas suele ser muy considerable. Estos conflictos parecen indicar que las diferencias entre individuos religiosos y quienes son escépticos o incrédulos son muy importantes. La gente religiosa suele diferenciarse y rivalizar en muchos aspectos de quienes no lo son, como los rituales cotidianos y muchas prácticas sociales. Uno de estos aspectos contempla las ideologías con relación a ciertos temas vitales, como la orientación política, la posición frente a cuestiones como el aborto, las penas a aplicar a los delincuentes, las creencias sobre lo bueno y lo malo, los principios por los cuales guiarse en la vida cotidiana y también los candidatos por los cuales hay que bregar en la vida política. Algunos autores sugieren que la religiosidad está asociada a posiciones conservadoras, dado que se asocia con la estabilidad de las posiciones personales que proporcionan seguridad a los individuos.

Como es sabido, los procesos de colonización en México han conformado unas instituciones de la vida religiosa con características peculiares, lo cual no será tratado aquí. En la actualidad, según los censos de población, la casi totalidad de los ciudadanos se declaran seguidores del culto católico, aunque no se tienen informes sobre la importancia o

trascendencia que esa adhesión posee para la propia vida individual o social. Al ser un tema tabú, no pueden proponerse conclusiones para una sociedad compleja como lo es la mexicana actual.

Sin embargo, las relaciones entre la ideología religiosa y las acciones políticas tienen una diversa presencia en las sociedades, las cuales no siempre son coincidentes. Puede darse el caso, como ocurre actualmente en México y otros países del mundo occidental, que se presenten predisposiciones opuestas y hasta contradictorias. En Sicilia, Italia, la Iglesia católica tiene una gran presencia en las instituciones políticas y sociales, donde los grupos criminales ejercen un gran poder en todos los ámbitos. Muchas de las películas o novelas ambientadas en esta zona (una de las más populares la serie de *El Padrino*) han presentado estas interrelaciones entre Iglesia y poder político con grandes pormenores.

En los Estados Unidos, por ejemplo, los simpatizantes de los dos grandes partidos muestran diferencias significativas en su comportamiento con relación a la religión: mientras los demócratas con ideología más orientada a los valores proclamados como de «izquierda» son practicantes religiosos en menor grado y predominantemente católicos, los republicanos presentan una mayor asistencia a oficios religiosos, a diferentes religiones y se adhieren fuertemente a los valores conservadores (Pew Research Center, 2021). Por su parte, los ciudadanos estadounidenses que asisten con mayor frecuencia a servicios religiosos votaron a favor de Donald Trump en las elecciones presidenciales de 2020. Por otro lado, los demócratas de afiliación católica otorgaron más votos a Joe Biden que a Hilary Clinton, la candidata demócrata de 2016 (Nortey, 2021). También Trump consiguió el apoyo de 59% de votantes que asisten regularmente a los oficios religiosos en comparación con los que apoyaron a Biden, que fue de 40%. Entre los votantes católicos, Trump obtuvo 57% de los votos, mientras solo 42% del mismo grupo social votó por Biden; comparativamente, Hilary Clinton solo obtuvo 31% de votos entre los votantes de afiliación católica. Entre los católicos que asisten a misa con

TABLA 1
RESPUESTAS A LA PREGUNTA «¿CUÁL ES SU RELIGIÓN?»

	<i>Porcentaje</i>
Ninguna	
Católica	69.6
Cristiana no católica (incluye Testigos de Jehová)	10.6
Otra no cristiana	0.5
Judía	0.1
Hinduismo	0.1
Islam (musulmán)	0.1
No sabe.	16.7
No contesta.	2.3

Nota: a pesar de que la posibilidad se permitía, nadie dijo específicamente «Ninguna». Quizá «No sabe» recoja muchas respuestas correspondientes a no tener religión, pero habrá que afinar la pregunta en futuros estudios; también es posible que muchos no admitan que «No tener religión» no es una respuesta socialmente aceptable. Si tenemos en cuenta el género, se presentan diferencias, tal como puede verse en la Tabla 2.

TABLA 2
RESPUESTAS A LA PREGUNTA POR RELIGIÓN SEGÚN GÉNERO

	<i>Religión declarada</i>			
	<i>Católica</i>	<i>Cristiana no católica</i>	<i>Otra no cristiana</i>	<i>No sabe</i>
Mujer	36.9	6.3	0.3	6.8
Hombre	32.7	4.3	0.3	9.9

Fuente de ambas tablas: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

regularidad, 63% votó por Trump mientras que solamente 36% lo hizo por Biden y debemos recordar que este es el segundo Presidente católico de los Estados Unidos después de John F. Kennedy.

Estos datos indican que las relaciones entre creencias religiosas y comportamiento político entre los ciudadanos estadounidenses son complejas y no muestran una asociación automática ni tampoco estable. Uno de los puntos de mayor dificultad está centrado en el apoyo a la despenalización del aborto, el cual los católicos colocan por encima de su adhesión global a la religión. Biden, quien asiste regularmente a misa en una iglesia cercana a su domicilio de Delaware, ha recibido numerosos ataques por parte de varios obispos católicos por su conducta. Esta combinación de vicios privados con virtudes públicas tiene consecuencias negativas en la vida política estadounidense.

En México, el conflicto entre creencias religiosas y vida pública se ha decantado a favor de esta última, aun cuando numerosos políticos han tratado de ocultar su comportamiento en este aspecto. En la encuesta sobre el *Perfil del electorado nuevoleonés* se introdujeron unas pocas preguntas (y con posibilidades de respuesta limitada) tocantes a estos temas, por lo cual no pueden formularse apreciaciones concluyentes, pero siempre será interesante formular algunas consideraciones que podrán retomarse en estudios posteriores. La pregunta que se dirige directamente al tema es la número 62, «¿Cuál es su religión?» y en referencia a la ideología, se presentaron varias que directa o indirectamente tratan de evaluar esta cuestión. La respuesta a la pregunta sobre la religión se presenta en la Tabla 1.

Como se ve, el predominio por una denominación particular hace muy difícil establecer asociaciones o relaciones con otras respuestas, pero si se tienen en cuenta otras dimensiones, también es difícil encontrar relaciones significativas dado el alto número de casillas sin registro.

Donde sí encontramos relaciones es en la asistencia al templo y sexo, como se ve en la Tabla 3.

TABLA 3
RELACIONES ENTRE ASISTENCIA AL TEMPLO
Y SEXO DEL ENCUESTADO (EN PORCENTAJES)

		Sexo		Total
		Mujer	Hombre	
¿Con qué frecuencia acude a la iglesia?	<i>Nunca</i>	9.4	14.8	24.1
	<i>Ocasionalmente</i>	27.6	25.1	52.7
	<i>Semanalmente</i>	12.4	6.2	18.6
	<i>Diariamente</i>	0.4	0.4	0.7
	<i>No sabe</i>	0.4	0.4	0.7
	<i>No contesta</i>	1.5	1.5	3.1

Fuente: elaboración propia con datos de Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

Las diferencias por sexo son altamente significativas ($\chi^2: .000$) porque es evidente que en México las mujeres acuden a la iglesia con mayor asiduidad.

La pregunta sobre la influencia que ha tenido la Iglesia sobre la decisión de votar no arroja diferencias significativas por sexo y alrededor de la tercera parte, tanto entre hombres como entre mujeres dicen que no ha tenido ninguna influencia y el resto de las categorías (desde 1 para mínima influencia y 10 para mucha influencia (nadie marcó 10, la máxima) presentan porcentajes muy bajos. Esta es la respuesta racional consciente y no podemos saber quiénes han mentido o se han autoengañado en este punto, pero dada la relativa similitud que aparece en todas las casillas podemos tomar los valores como característicos de las posiciones reales de los encuestados.

Evidentemente hay que investigar más a fondo y con más precisión en esta materia, pero algunas particularidades se pueden indicar.

REFERENCIAS

- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- Durkheim, Émile (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Akal.
- Freud, Sigmund (1976). 35° conferencia. En torno de una cosmovisión. En Freud, Sigmund. *Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis. Obras Completas*. Tomo XXII. Buenos Aires: Amorrortu.
- Giddens, Anthony (1989). *Sociology*. Londres: Polity Press.
- Nortey, Justin. (2021). «Most White Americans who regularly attend worship services voted for Trump in 2020», Pew Research Center.
- Pew Research Center (2021). «Beyond Red vs. Blue: the Political Typology», *Pew Research Center Report*.
- Roccas, Sonia (2005). «Religion and value systems», *Journal of Social Issues*, vol. 61, no. 4, pp. 747-759.
- Turner, Bryan (1988). *La religión y la teoría social*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Wilcox, Clyde (1990). The influence of religion and social class on American political attitudes and behavior. Ponencia presentada en el World Congress of Sociology, Madrid.

CANDIDATURAS INDEPENDIENTES EN NUEVO LEÓN: UNA CUESTIÓN DE ESTATUS ECONÓMICO

*Juan Mario Solís Delgadillo, Eduardo Peredo Gómez
y Felipe Alfonso Méndez Romo*

INTRODUCCIÓN

Las candidaturas independientes en México se introdujeron en 2014 como una novedad para el sistema electoral ante la erosión de confianza hacia los partidos políticos. Esta figura que en otro momento de la historia ya existía salió de la hibernación como una alternativa ante el monopolio que se arrogaron los partidos de ser la única instancia para presentar candidatas y candidatos en una elección. No obstante, las reglas para conseguir una candidatura de este tipo se han considerado como desproporcionadas, toda vez que exige de las personas interesadas una inversión de tiempo, trámites, logística y dinero que no todas pueden disponer y alcanzar.

¿Por qué razón los partidos políticos que son los que diseñan las reglas del juego electoral habrían de facilitar el acceso a nuevos competidores en el mercado que ellos mismos dominan? Si lo pensamos bien, esto puede obedecer a la idea de cartelización que Katz y Maier (2004, p. 27) sostenían cuando hablaban de «colusión interpartidista», la cual consiste en una confabulación que «pretende conseguir para sí beneficios, privilegios y financiamiento estatal

permanente», así como la imposición de barreras de entrada a nuevos competidores, «autoprotegiéndose de la competencia» (Saffirio y Osorio, 2014, p. 145).

Sin embargo, tampoco se puede descartar que quienes aspiran a este tipo de candidaturas suelen ser personas cuyas necesidades básicas se hallan razonablemente satisfechas, lo que despierta otro tipo de exigencias (Inglehart, 1977; 2000; Vallés y Martí i Puig, 2015, p. 277). Para Vallés y Martí i Puig, cuando la seguridad física y económica están satisfechas, las personas buscan la autorrealización personal en lo intelectual y lo afectivo, nuevos equilibrios entre trabajo y ocio, así como calidad del medio natural y cultural. «Estas exigencias se encuentran en la base de los conflictos “posmaterialistas” [...]: participación política personal frente a encuadramiento organizativo, protección del medio ambiente frente a productivismo industrial, reivindicación del tiempo libre frente a reivindicación salarial, etc.» (Vallés y Martí i Puig, 2015, p. 277).

Este capítulo busca delinear el perfil de las personas que aspiran a conseguir, o efectivamente consiguen, una candidatura independiente en Nuevo León. La pregunta que motiva este trabajo es: ¿qué tienen en común los hombres y las mujeres que buscan una candidatura independiente en esta entidad? La hipótesis que sostenemos es que, de acuerdo con el argumento original de Inglehart (1977; 2000), retomado por Vallés y Martí i Puig (2015), las aspiraciones por una candidatura independiente se presentan de manera consistente en las circunscripciones electorales con mayor desarrollo económico en la entidad. Esto quiere decir que el perfil de las personas que buscan o consiguen una candidatura independiente correspondería a hombres y mujeres cuyas necesidades básicas (valores materiales) están satisfechas y, por lo tanto, buscan la participación política personal, en este caso, a través de las llamadas candidaturas independientes en las circunscripciones más ricas.

Para lograr ello hemos elaborado mapas en R que nos permitan identificar la distribución espacial de las personas que manifestaron

su interés por obtener una candidatura independiente, sin importar si al final la consiguieron o no, al tiempo de confeccionar una capa que georreferencia los establecimientos de la cadena Starbucks en el estado de Nuevo León como medida de control económico que nos permita comprobar que allí donde hay más establecimientos de esta cadena existen más personas que muestran interés por participar como candidatos independientes en los comicios de la entidad. El principal hallazgo de esta investigación revela que ahí donde hay más riqueza se verifican más intenciones ciudadanas por aspirar a una candidatura independiente, lo que confirma el argumento de Inglehart, así como de Vallés y Martí i Puig con relación a los sistemas de valores y las ideologías, en especial lo concerniente a los valores posmaterialistas.

El capítulo se divide en tres partes. En la primera de ellas se plantea el debate normativo y empírico sobre este tipo de candidaturas. En la segunda sección se describe el fenómeno de las candidaturas independientes en el estado de Nuevo León para el proceso electoral de 2021. Y en la tercera parte se presenta la distribución espacial de los resultados con el fin de poner a prueba la hipótesis planteada.

CANDIDATURAS INDEPENDIENTES: UN CONCEPTO DIVIDIDO

La introducción de la figura de las candidaturas independientes en México trajo consigo un entusiasmo por este nuevo modelo de postulación a cargos públicos, ya que previo a esto solo las personas postuladas por un partido político podían acceder a la competencia electoral. En el ámbito académico las posturas de quienes celebraban la medida y quienes la miraban con recelo abrió debates que no se han agotado. Para los primeros, la aprobación legislativa que permitió este tipo de candidaturas supuso un avance en los derechos políticos de la ciudadanía, toda vez que se arrebató el monopolio de las candidaturas a los partidos políticos; mientras que, para los segundos, la introducción de estas nominaciones entrañaba algo que

ameritaba una discusión teórica y empírica mucho más profunda. Según estos últimos la pregunta obligada era: ¿qué incentivos podrían tener los partidos políticos para aprobar la entrada de nuevos competidores externos a un mercado dominado por ellos?

De acuerdo con los entusiastas, la medida representaba a todas luces una victoria ciudadana que apuntalaba la pluralidad del sistema electoral y la vía para que hombres y mujeres sin vínculos partidistas se presentaran de manera libre y sin estructuras corruptoras a pedir el voto de la ciudadanía en elecciones (Carbonell, 2012; Montero, 2017; Preciado, 2017; Cordero, 2018; Vidal, 2019;). Los escépticos, por su parte, cuestionaron desde la denominación hasta los inconvenientes que conllevaban estas candidaturas como si se tratara de un dulce envenenado (González Padilla, 2015; Laguna y Solís, 2017; Bussoletti, 2019). Este grupo fue más allá del debate que implicaban las inequidades en la competencia tanto para el registro, financiación y publicidad en campaña, y centraron su mirada en quiénes buscaban estas candidaturas, dónde lo hacían y el nivel de éxito de estos emprendimientos (Laguna y Solís, 2017; Bussoletti, 2019). Por otro lado, Espinosa y Macías (2022, p. 396) se enfocan en el efecto que tienen las restricciones para favorecer o perjudicar la concreción de este tipo de candidaturas, pero al igual que Laguna y Solís, sostienen que las personas con experiencia política previa tienen mejores condiciones de acceder a la boleta electoral.

Con base en la evidencia empírica que dejó el proceso electoral de 2015, el cual fue el primero en permitir la competencia de estas candidaturas a nivel nacional, Laguna y Solís (2017) cuestionaron el adjetivo de «independientes» que se otorga a estas nominaciones, toda vez que la mayoría de las personas que contendieron como tales habían tenido o seguían manteniendo algún vínculo partidista. La pregunta que se hacen estos autores es: ¿independientes de qué o respecto a quién? Lo mismo hacen con relación al adjetivo «ciudadanas» que alguna literatura asigna a estas candidaturas (Montero, 2017, p.131). Según estos autores, la afirmación

de que estas candidaturas son ciudadanas es contrafáctico, puesto que las personas postuladas por los partidos también lo son y, por lo tanto, se trataría de una trampa semántica a través de la cual se busca dotar de mayor calidad moral a estas candidaturas frente a las que postula cualquier partido político.

En resumen, para Laguna y Solís es más apropiado hablar de candidaturas abiertas en vez de «independientes» o «ciudadanas» ya que, en el fondo, esta figura queda así, abierta, a todas y todos los ciudadanos que cumpliendo los engorrosos requisitos establecidos en la legislación puedan hacerse de una candidatura sin importar los nexos partidistas pasados o presentes de los que aspiran a ellas, es decir, una nueva vía para el reciclaje político para quienes en sus partidos no tienen opciones de hacerse con una candidatura.

Por otro lado, en cuanto a lo que la evidencia arrojó en esa primera experiencia, estos autores identificaron que las candidaturas abiertas o independientes no están al alcance de cualquier ciudadano que tenga la motivación de presentarse a elecciones, sino que poseer capitales políticos clave hacen la diferencia entre quienes se quedan como aspirantes y quienes realmente consiguen entrar en las boletas. Además, evidenciaron que las probabilidades de conseguir la candidatura aumentan considerablemente en distritos o circunscripciones urbanas, territorialmente pequeñas y densamente pobladas y, aun así, ello no garantiza el éxito electoral, ya que son pocos los casos de candidaturas abiertas ganadoras.¹

Trabajos como los de Montero (2017) o Rodríguez Alanís (2016) se enfocan también en la discusión teórica del adjetivo «independiente». Para el primero, un candidato se puede considerar independiente

1 El caso del jalisciense Pedro Kumamoto fue visto como el paradigma de las candidaturas independientes en el país; no obstante, es importante mencionar que se trataba de un personaje con algunos capitales clave, además de contender en un distrito que cumplía con las características señaladas por Laguna y Solís (2017, pp. 184-185).

incluso si compite por un partido político siempre y cuando no tenga ningún tipo de antecedentes partidistas. Mientras que Rodríguez Alanís se cuestiona si un *outsider* puede traducirse también como candidato independiente; en ese sentido, el autor destaca que un *outsider* sería un candidato sin experiencia política que crea una nueva formación al margen de las tradicionales para lanzar su denominación (2016, p.78). Con base en lo anterior, y a la luz de la evidencia empírica disponible hasta ahora, se puede decir que no todos los llamados independientes son *outsiders*, pero sí que todos los *outsiders* son independientes. Para Infante (2017), los independientes suelen ser más jóvenes, aunque no sería la edad, sino la inexperiencia política lo que los definiría de manera más precisa.

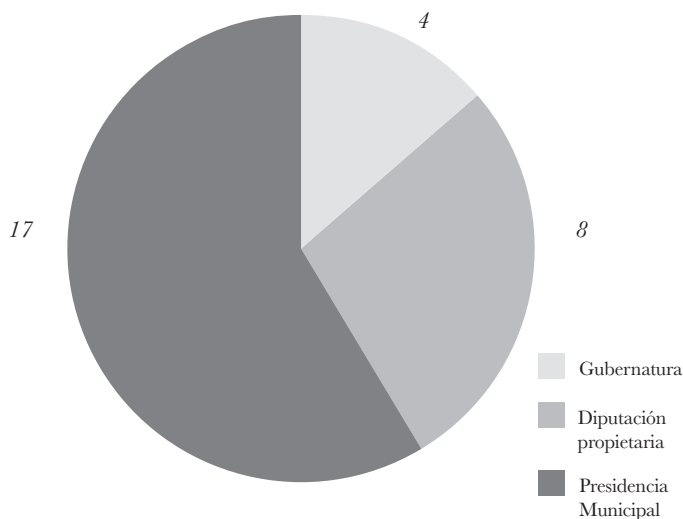
LAS CANDIDATURAS INDEPENDIENTES EN NUEVO LEÓN: UN VIS- TAZO DESCRIPTIVO Y CUALITATIVO

Nuevo León es una de las entidades de la república en el que es más patente el interés por las llamadas candidaturas independientes. Incluso ha quedado registrado en la historia como el primer estado del país que ha sido gobernado por una persona que se postuló por esta vía en 2015. Aunque la experiencia no resultó tan satisfactoria como muchos nuevoleonenses esperaban, el impulso e interés sobre este tipo de candidaturas se mantiene vigoroso en esta entidad federativa.

De acuerdo con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021), durante el proceso electoral de 2021, esta institución recibió 39 solicitudes de intención para hacerse de una candidatura independiente, de las cuales solo 29 lograron pasar el primer filtro para constituirse en aspirantes y finalmente solo 22 alcanzaron el estatus o nominación como candidatos independientes. Esto quiere decir que poco más de 50% de quienes manifestaron su in-

tención por competir por esta vía lograron cumplir los requisitos de manera exitosa y aparecieron en las boletas electorales. Esto no es un dato menor, puesto que comparativamente Nuevo León es uno de los estados de la república en donde las y los ciudadanos que aspiran a una candidatura independiente tienen más probabilidades de éxito para alcanzar el registro como tales, porque, como sostienen Espinosa y Macías (2022), se trata de uno de los estados con menos restricciones para alcanzar una nominación de este tipo.

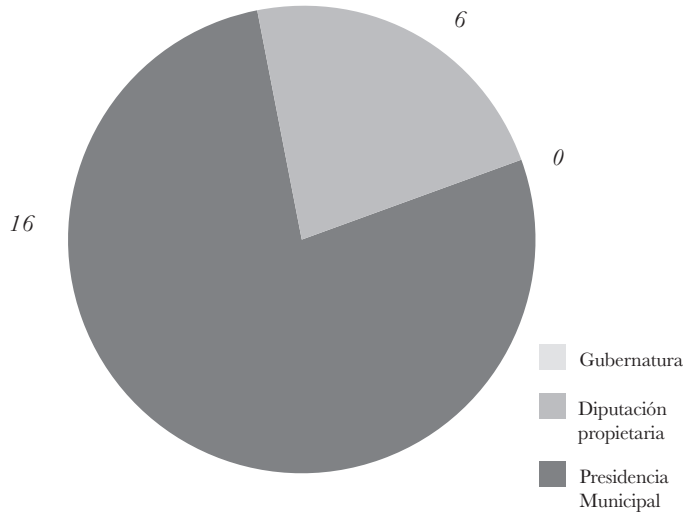
GRÁFICA 1
ASPIRANTES A UNA CANDIDATURA INDEPENDIENTE
PARA EL PROCESO ELECTORAL 2021 EN NUEVO LEÓN



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

La distribución de los casos confirma lo que alguna literatura ya señala a raíz de los primeros comicios en los que aparecieron las candidaturas independientes: los espacios más propicios para lograr

GRÁFICA 2
CANDIDATOS INDEPENDIENTES REGISTRADOS
PARA EL PROCESO ELECTORAL 2021 EN NUEVO LEÓN

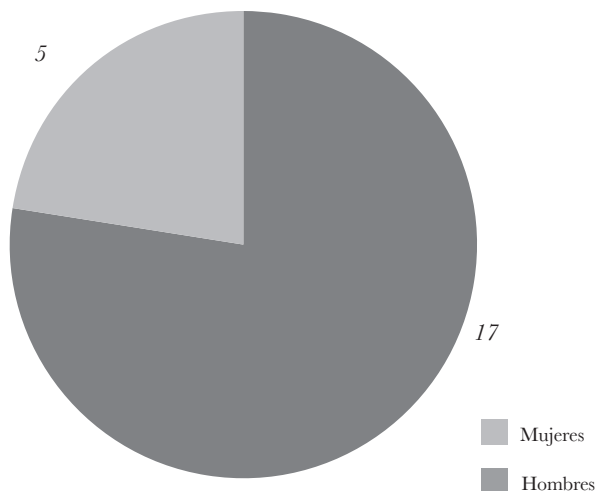


Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

una nominación de este tipo son a nivel municipal, o bien en circunscripciones locales para Diputaciones. En el caso de Nuevo León, lo que además llama la atención es que ningún aspirante a la Gubernatura logró recopilar los apoyos necesarios para alcanzar el registro correspondiente. Tal parece que tras el gobierno del independiente Jaime Rodríguez Calderón la confianza hacia los independientes en esta arena de competencia se ha erosionado.

Por otro lado, la información recopilada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León permite evidenciar que las candidaturas independientes no son cosa de mujeres, toda vez que solo una de cada cinco candidaturas independientes en el estado fue ocupada por ellas. Esto confirma una tendencia nacional en la que se observa

GRÁFICA 3
PROPORCIÓN DE CANDIDATURAS INDEPENDIENTES POR SEXO
EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

que en el de por sí azaroso proceso de buscar una candidatura independiente ser mujer es una condición que dificulta más esta aspiración, lo cual corrobora las asimetrías que siguen existiendo para las mujeres, en general, cuando deciden participar en política.

En cuanto al promedio de edad de las y los aspirantes por una candidatura independiente, la información recogida por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León permite establecer que la media se ubica en 40 años, lo cual quiere decir que existe un particular interés entre un sector de los jóvenes del estado en participar, o al menos intentarlo a través de esta figura. Al desagregar el promedio de edad entre las arenas de competencia electoral en disputa, encontramos que quienes aspiraron a una candidatura independiente en 2021 para el cargo

de Gobernador tenían 41 años, para Diputados Locales 32, y para Alcaldes 44. Llama de manera particular la atención el promedio etario de quienes buscaron una Diputación Local, lo cual confirma lo señalado por Infante (2017) en cuanto a que los candidatos independientes suelen ser más jóvenes, aunque no sería su juventud, sino su inexperiencia lo que los define de manera más precisa.

Por otro lado, una revisión a los datos compilados por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León respecto a las y los aspirantes a una candidatura independiente revela que cuando menos cinco de ellos han tenido antecedentes con partidos políticos, mientras que siete ya habían manifestado su intención de ser candidatos independientes en procesos anteriores, y tres de ellos ya habían sido electos como tales en los comicios de 2015 o 2018.

OPINIONES Y PERCEPCIONES CIUDADANAS SOBRE LAS CANDIDATURAS INDEPENDIENTES

Con motivo del proceso electoral de 2021, la Comisión Estatal Electoral realizó una serie de grupos de enfoque en los que se buscó conocer la opinión que las y los ciudadanos tienen sobre ciertos aspectos de la democracia en el estado.² Al respecto, en los diferentes

2 El grupo de enfoque o *focus group*, como se le denomina en lengua inglesa, es una técnica de investigación cualitativa que tiene por objetivo desarrollar una batería de preguntas a un grupo de personas que son previamente seleccionadas bajo diferentes criterios de interés para la investigación social. El ejercicio está guiado por un moderador que busca generar un ambiente de confianza y empatía entre los asistentes, a fin de que estos últimos respondan las preguntas planteadas por el primero de manera espontánea y sincera y ello genere insumos de utilidad para el trabajo de investigación. Para los fines de este capítulo se recogieron las principales aportaciones que en materia de candidaturas independientes se expresaron en los grupos de enfoque organizados por la Comisión Estatal Electoral en el marco del proceso electoral más reciente.

grupos se les cuestionó sobre las candidaturas independientes y lo que opinaban sobre ellas. En esta sección se da cuenta de las respuestas más comunes, así como de la percepción que tienen sobre las mismas, sobre todo tras la experiencia de Gobierno del independiente de Jaime Rodríguez Calderón.

En primer lugar, destaca que entre las y los ciudadanos consultados de diferentes grupos etarios, se tiene la percepción de que las candidaturas independientes son partidos nuevos. Es frecuente encontrar opiniones de hombres y mujeres que se refieren a estas como «partido independiente». Ante la pregunta explícita de si a los independientes se les puede considerar como un partido político, algunas de las respuestas más interesantes fueron las siguientes:

Creo que sí, porque tienen campañas, lo mismo de estar entregando boletines; todo lo que se hace en campaña tiene su dinero destinado para eso. Son un grupo de personas con el mismo objetivo, y es lo que funciona para mí como un grupo o un [partido].

Creo que más que nada dices: «Voy a votar ahora por un partido independiente, porque pues siempre es el PAN o el PRI» y dices: «Vamos a ver qué tal funciona, pero la verdad no se ha visto así que wow».

Es alguien que no quiere estar en un partido y hace el propio.

Opino lo mismo: es como el [que] crea su propio sistema a su ideología, a su manera de querer ver las cosas [y] no pertenece a algo ya establecido.

Por otro lado, existe la creencia de que quienes deciden participar como candidatos independientes, en realidad son personas que pertenecen a un partido político y que no consiguieron la nominación que buscaban y por ello deciden postularse por esta vía:

[...] creo que cuando alguien es independiente es porque ya no cree en un partido y dice: «Me volveré un independiente para hacer algo

diferente», pero todo el mundo sabe que las propuestas que uno propone ni 50% se cumple.

Uno donde no le convenga donde estaba dice: «Me vuelvo independiente, no me convino». Normalmente están dentro del PRI o del PAN.

A veces creo que salen [porque] no le dieron algún puesto que él quería.

También se pueden percibir algunas sensaciones negativas o de desencanto respecto a los independientes, puesto que tal vez la ciudadanía esperaba más de ellos. Al respecto, la experiencia del Gobierno de Jaime Rodríguez Calderón en Nuevo León abona para que la evaluación que se hace de las candidaturas independientes tienda a ser pesimista entre los hombres y las mujeres que participaron en los grupos de enfoque organizados por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León. En ese tenor, destacan algunas opiniones como las siguientes:

Moderador: Entonces, ¿las candidaturas independientes ayudaron a la política en Nuevo León?

Jonathan: Aquí no [...] al final del día nunca fue independiente, de independiente no tuvo nada, solo publicidad.

Moderador: ¿Ustedes consideran que las candidaturas independientes de alguna manera mejoran la vida democrática?

Marifer: Creo que es lo mismo, [...] no se le ha visto nada bueno [...] los independientes son lo mismo a los demás partidos.

Sí, como que no es el resultado que esperábamos todos, solo fue un cambio para mal [risas].

De manera más concreta, las y los consultados en los grupos de enfoque no dudan en señalar que Rodríguez Calderón «le ha quitado importancia a los independientes, porque no fue muy bueno», e incluso

que «ya quemó la marca por así decirlo, [de los] independiente[s]». A pesar de todo, hay quienes aún conservan la esperanza en los independientes porque «de perdido el independiente tiene el beneficio de la duda, porque no sabes qué onda». Sin embargo, también manifiestan sus dudas en cuanto a la eficacia de los independientes cuando llegan a gobernar en un entorno institucional dominado por los partidos. Al respecto, destacan las opiniones de algunas personas que manifestaron lo siguiente:

[...] cuando un Gobernador llega de independiente, los Diputados no son independientes, son del partido, entonces ahí ya se voltearon.

[...] a lo mejor hay ciudadanos ejemplares que realmente sí podrían con el puesto y tienen la preparación y tienen los conocimientos; el detalle es que nadie los conoce y va[n] a llegar a un lugar donde están los Diputados, y los Diputados son [del] PRI, [del] PAN [o de] Morena. Son otros, no lo van a apoyar. Ese es el gran detalle.

[...] no que no sirvan, pero no tienen algo así como un respaldo [...] que le dé algo como más de poder al puesto que tiene[n].

En resumen, la percepción cualitativa de las y los ciudadanos nuevoleonenses respecto a las candidaturas independientes no es la mejor tras la experiencia de llevar a la Gubernatura a Jaime Rodríguez Calderón: perciben que estas nominaciones son propiamente un partido, que quienes las consiguen son personas que no consiguieron sus propósitos al interior de los partidos políticos, que de llegar a ocupar un cargo difícilmente podrían hacer la diferencia puesto que el entorno está dominado por estos y que incluso la etiqueta de «independientes» está «quemada» por el mal desempeño del ex Gobernador Rodríguez Calderón. Sin embargo, hay quienes aún abrigan esperanzas de que las y los independientes puedan marcar la diferencia en el ejercicio político, sobre todo si previamente no han tenido vínculos partidistas.

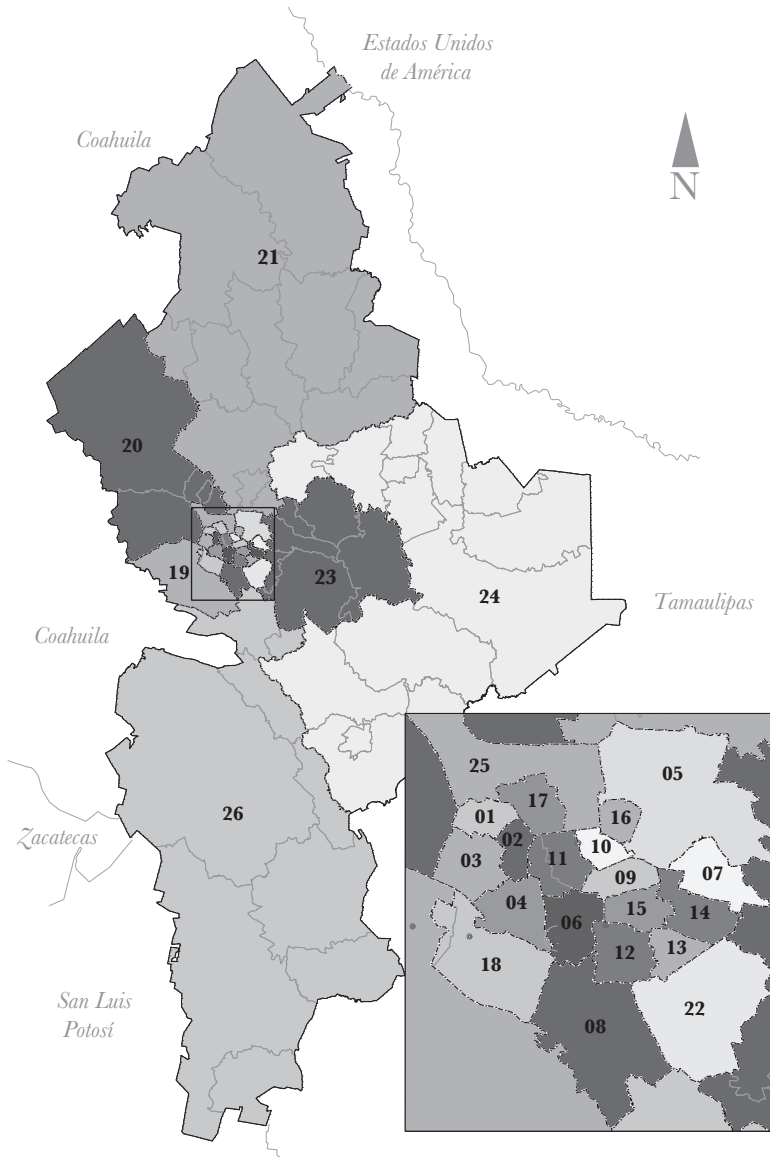
LAS CANDIDATURAS INDEPENDIENTES COMO UNA CUESTIÓN DE ESTATUS SOCIOECONÓMICO

Como señalamos al inicio de este capítulo, creemos que el interés por las candidaturas independientes coincide con las circunscripciones con mayor desarrollo económico. Apoyamos nuestra hipótesis en los argumentos de Vallés y Martí i Puig (2015, p. 277), quienes señalan que en la matriz de las sociedades posmaterialistas existe una propensión a la «participación política personal frente al encuadramiento organizativo» de los partidos políticos. En ese tenor, creemos que la iniciativa de los hombres y las mujeres que buscan una candidatura independiente obedece a este singular patrón de las sociedades o segmentos de las sociedades que tienen satisfechas sus necesidades materiales.

La comprobación de nuestra hipótesis requirió diseñar una estrategia metodológica, la cual permitiera visualizar la distribución espacial de las personas que manifestaron al menos su interés en participar como candidatos independientes en el proceso electoral local del estado de Nuevo León en 2021. Como variable de control utilizamos la geolocalización de los establecimientos Starbucks en el estado, con el supuesto de que se trata de una cadena trasnacional cuyo *target* comercial son personas de clases medias-altas y altas quienes pueden pagar el precio de sus productos, al tiempo de ofrecer una suerte de estatus o distinción a sus clientes.

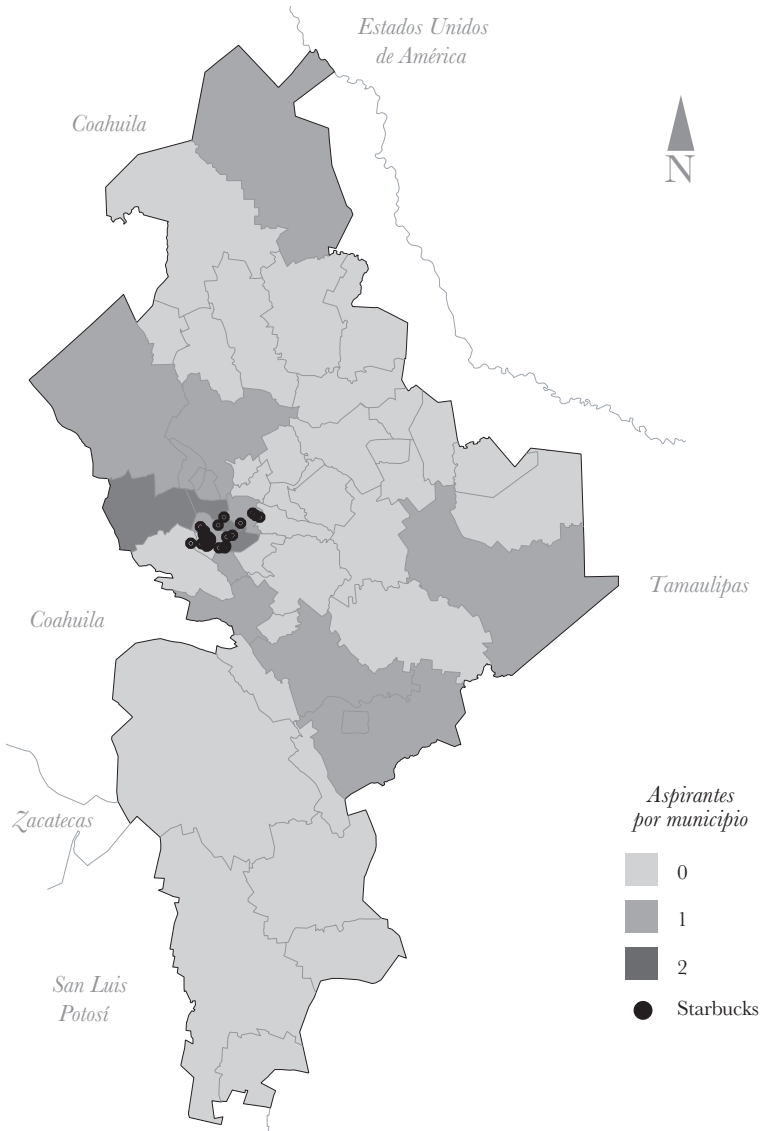
Lo que hemos querido demostrar a través de esta estrategia metodológica es que ahí donde hay establecimientos de esta cadena trasnacional coincide, a su vez, la mayor cantidad de intenciones por alcanzar una candidatura independiente. Por tanto, estas candidaturas son más codiciadas entre personas cuyas necesidades económicas y materiales están resueltas, y no así entre quienes tienen que preocuparse cotidianamente por los ingresos, la seguridad, la educación, la alimentación o la salud. En suma, las candidaturas independientes como una cuestión de estatus socioeconómico o, dicho en otras palabras, una cuestión más propicia en distritos o circunscripciones ricas.

IMAGEN 1
DISTRITACIÓN ELECTORAL LOCAL DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN 2021



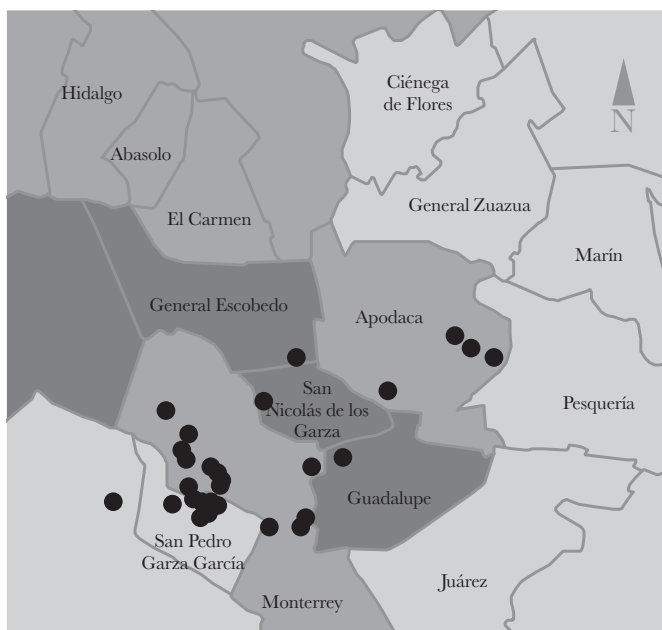
Fuente: Comisión Estatal Electoral.

IMAGEN 2
ASPIRANTES A UNA CANDIDATURA INDEPENDIENTE PARA ALCALDE
Y ESTABLECIMIENTOS STARBUCKS EN NUEVO LEÓN



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León y Starbucks México.

IMAGEN 3
ASPIRANTES A UNA CANDIDATURA INDEPENDIENTE PARA ALCALDE
Y ESTABLECIMIENTOS STARBUCKS EN LA ZONA METROPOLITANA DE MONTERREY



Aspirantes por municipio



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León y Starbucks México.

Para empezar, resulta preciso mostrar la cartografía electoral del estado en la que podemos observar los 26 distritos electorales locales en los que se divide la entidad, pero, sobre todo, cómo hay una fuerte concentración de circunscripciones en la zona metropolitana de Monterrey y sus municipios circunvecinos, las cuales a su vez se constituyen como los más desarrollados económicamente en el estado. Estos distritos se caracterizan por estar densamente poblados y

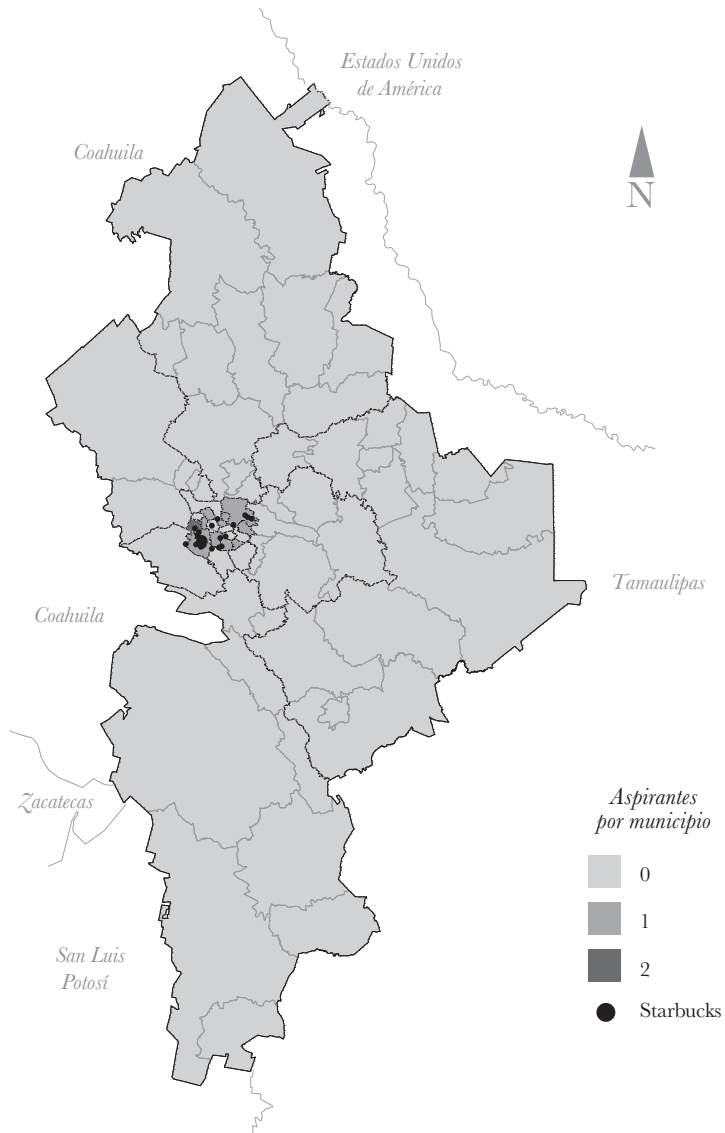
ser territorialmente pequeños y, por tanto, aptos para las candidaturas independientes como lo sostienen Laguna y Solís (2017).

Nuestra hipótesis en el ámbito de las Alcaldías se sometió a prueba con tres diferentes bases de datos: la primera, relativa a la cartografía electoral del estado de Nuevo León, encontrada en la página de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León, la cual nos proveyó de archivos de tipo *shapefile* utilizados en la primera capa del mapa para obtener las demarcaciones territoriales por municipios; la segunda, la que nos remitió la misma Comisión con los datos de los aspirantes a ser candidatos independientes a las Alcaldías; y la tercera, generada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía mediante el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, cuyos datos fueron procesados y tratados para ubicar cada uno de los establecimientos pertenecientes a la cadena Starbucks en Nuevo León.

Estas bases de datos fueron procesadas en el lenguaje de programación R, versión 4.1.2 (R Core Team, 2021), con el uso de las paqueterías *sf* (Pebesma, 2018) para el tratamiento de los datos espaciales; *ggplot2* (Wickham, 2016) para la representación de los mapas; y *dplyr* (Wickham *et al.*, 2021), los dos últimos contenidos en *tidyverse* (Wickham *et al.*, 2019). Al procesar los datos y realizar la gráfica de mapa, nos muestra que nuestra suposición se comprueba parcialmente, toda vez que se puede observar la ubicación de los puntos espaciales referentes a las coordenadas de cada Starbucks en Nuevo León (puntos en verde), los que coinciden entre municipios con aspirantes a una candidatura independiente. Sin embargo, también es cierto que en otras localidades fuera de la zona metropolitana de la capital del estado existieron personas que manifestaron su interés para poder conseguir una nominación por la vía independiente.

El mismo proceso ocurrió para verificar la hipótesis en el caso de los aspirantes a candidatos independientes para Diputación Local, con la salvedad de que en las bases de datos de la cartografía electoral se utilizó el *shapefile* relativo a la división del estado de Nuevo León conforme a los distritos locales y, en la base de datos

IMAGEN 4
ASPIRANTES A UNA CANDIDATURA INDEPENDIENTE PARA DIPUTACIONES LOCALES
Y ESTABLECIMIENTOS STARBUCKS EN NUEVO LEÓN

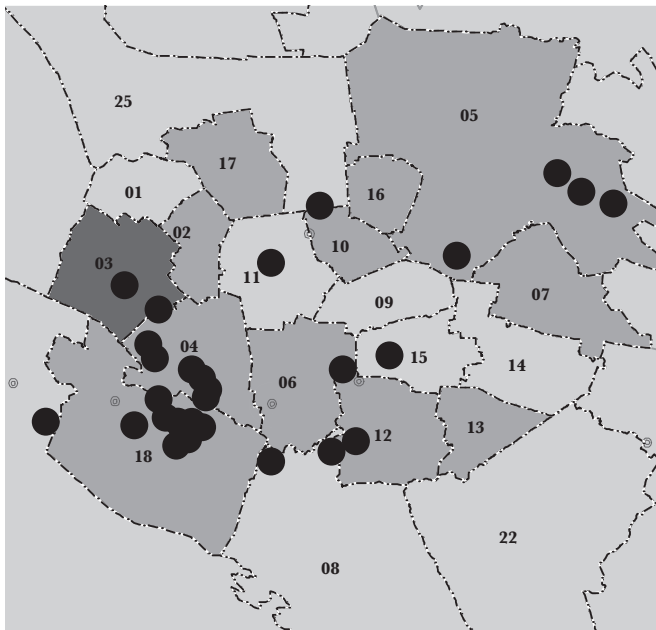


Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León y Starbucks México.

proporcionada por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León, se filtraron los aspirantes a candidaturas independientes de Diputado Local por distrito.

IMAGEN 5

ASPIRANTES A UNA CANDIDATURA INDEPENDIENTE PARA DIPUTACIONES LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS STARBUCKS EN LA ZONA METROPOLITANA DE MONTERREY



Aspirantes por municipio



Fuente: elaboración propia con base en datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León y Starbucks México.

Al analizar las intenciones manifestadas para conseguir una candidatura independiente para las Diputaciones Locales nuestra hipótesis cobra más fuerza como se muestra en las imágenes 4 y 5. En efecto, es en este nivel de competencia en el cual se aprecia con mayor niti-

dez que donde hay más intenciones por competir como candidatos independientes se trata de circunscripciones económicamente más ricas, por esa razón existe la coincidencia con las localidades en donde hay más establecimientos de la cadena Starbucks.

CONCLUSIONES

Tras la presente investigación podemos concluir que las candidaturas independientes en el estado de Nuevo León son, efectivamente, una cuestión de estatus socioeconómico, tal y como lo muestran los mapas de georreferenciación de candidaturas y establecimientos Starbucks en la entidad. Esto confirma el argumento de Inglehart (1977), así como de Vallés y Martí i Puig (2015), de que la participación política personal de las y los ciudadanos es más propicia en sociedades o segmentos sociales posmaterialistas, en donde las necesidades económicas y materiales básicas están satisfechas.

Asimismo, el trabajo confirma el argumento de Laguna y Solís (2017) en cuanto a que las candidaturas abiertas son más propicias en circunscripciones territorialmente pequeñas y densamente pobladas como da cuenta la distribución espacial de los casos para diputaciones locales.

Por otro lado, y derivado de los datos recopilados por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021), destaca que en cuanto al perfil de las y los candidatos independientes en el estado, la mayoría son hombres, jóvenes y cuyo mayor interés es competir por una Alcaldía o una Diputación Local. En ese sentido, la evidencia empírica resalta que las candidaturas independientes resultan difíciles de conseguir para las mujeres, pues solo una de cada cinco candidaturas de este tipo recayó en personas del sexo femenino.

Por último, las opiniones recogidas en los grupos de enfoque organizados por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León permiten visualizar que, entre las y los ciudadanos nuevoleonenses, existe un

desconocimiento sobre lo que son o representan las candidaturas independientes en general, al confundirlas frecuentemente con partidos nuevos. Sin embargo, también denotan que existe la percepción de que quienes buscan una candidatura independiente lo hacen porque no la consiguieron en un partido político. Por otro lado, tras la experiencia del Gobierno del independiente Jaime Rodríguez Calderón existe entre un sector de la ciudadanía una especie de desazón con lo que representan este tipo de candidaturas, pues para muchas y muchos estas no marcan una diferencia con respecto al desempeño de los partidos políticos cuando gobiernan.

De hecho, existe una preocupación respecto a los problemas de gobernabilidad que enfrentan los independientes cuando llegan a ocupar un cargo ejecutivo, pues asimilan que les resulta difícil gobernar porque el entramado institucional está copado por actores políticos partidistas con los que forzosamente tienen que negociar, lo cual produce una enorme decepción.

En suma, este capítulo permite delinear de manera razonable que las candidaturas independientes están más a la mano de personas cuyas necesidades materiales están satisfechas, y por tanto, se trata de una figura política potencialmente más factible para ciudadanos (hombres) de clases medias-altas y altas que residen en territorios económicamente más desarrollados.

REFERENCIAS

- Bussoletti, Andrea (2019). «Transfuguismo político en el proceso electoral 2018: el caso Jalisco», *Revista Mexicana de Estudios Electorales*, vol. 3, no. 22, pp. 9-36.
- Carbonell, Miguel (2012). «Participación política y candidaturas independientes», *Revista Mexicana de Derecho Electoral*, no. 1, pp. 213-224.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021. Evaluación cualitativa. Focus group. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Cordero García, Grecia (2018). «Candidaturas independientes en México. Entre la válvula de escape social y la estrategia electoral partidista», *Política y Cultura*, no. 50, pp. 31-52.
- Espinosa Santiago, Orlando y Macías Reyes, Emilio (2022). «Niveles de restricción y experiencia política: las candidaturas independientes para el cargo de gobernador en México (2015-2018)», *Foro Internacional*, vol. LXII, no. 2, pp. 393-431.
- Infante Bonfiglio, José María (2017). «Las elecciones en Nuevo León (México) de 2015. Candidatos, opinión pública y votos», *Revista Mexicana de Opinión Pública*, no. 22, pp. 71-89.
- Inglehart, Ronald (2000). «Globalization and postmodern values», *The Washington Quarterly*, vol. 23, no. 1, pp. 215-228.
- Inglehart, Ronald (1977). «Values, Objective Needs, and Subjective Satisfaction Among Western Publics», *Comparative Political Studies*, vol. 9, no. 4, pp. 429-458.
- Katz, Richard y Maier, Peter (2004). «El partido cártel. La transformación de los modelos de partidos y de la democracia de partidos», *Zona Abierta*, no. 108-109, pp. 9-42.
- Laguna López, Adán G. y Solís Delgadillo, Juan Mario (2017). *Las candidaturas independientes en México: una nueva vía para el reciclaje político*. Toluca: Instituto Electoral del Estado de México.
- Pebesma, Edzer (2018). «Simple Features for R: Standardized Support for Spatial Vector Data», *The R Journal*, vol. 10, no. 1, pp. 439-446. Recu-

- perado de <https://doi.org/10.32614/RJ-2018-009>
- Preciado Rodríguez, Teresa Magnolia (2017). «La razón pública de las candidaturas independientes en Jalisco», *Revista de Investigações Constitucionais*, 4(3):101-118.
- R Core Team (2021). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing. Recuperado de <https://www.R-project.org/>.
- Saffirio, Eduardo y Osorio, Cecilia (2014). Partidos políticos y sistemas electorales. En Bello, Daniel y Valenzuela, Esteban (eds.). *Manual de Ciencia Política. Herramientas para la comprensión de la disciplina*. Santiago: RIL editores.
- Vallés, Josep Ma. y Martí i Puig, Salvador (2015). *Ciencia Política. Un manual*. Barcelona: Ariel.
- Vidal Correa, Fernanda (2019). «La fortaleza de las candidaturas independientes y sus oportunidades de competencia frente a los partidos políticos en México», *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. LXIV, no. 235, pp. 427-462.
- Wickham Hadley *et al.*, (2019). «Welcome to the tidyverse», *Journal of Open Source Software*, vol. 4, no. 43, 1686, pp. 1-6. Recuperado de <https://doi.org/10.21105/joss.01686>
- Wickham Hadley (2016). *Ggplot2: Elegant Graphics for Data Analysis*. Nueva York: Springer-Verlag.
- Wickham, Hadley, François, Romain, Henry, Lionel y Müller, Kirill (2021). *Gplyr: A Grammar of Data Manipulation*. R package version 1.0.7. Recuperado de <https://CRAN.R-project.org/package=dplyr>

COMPRA DE VOTO EN NUEVO LEÓN: PERFIL DEL ELECTOR, BIENES DE INTERCAMBIO Y EFECTIVIDAD DE LA PREBENDA

Luis Antonio González Tule

INTRODUCCIÓN

Nuevo León es un estado que ha tenido muy variadas alternancias desde que el PRI perdió la Gubernatura en 1997 tras 68 años de Gobierno. El PAN encabezó la administración estatal durante el siguiente periodo, y perdió la elección de 2003 para dar paso al regreso del PRI que gobernó por 12 años más. La alternancia nuevamente se suscitó en las elecciones de 2015, esta vez de la mano de un candidato independiente de antigua trayectoria priista, lo cual convirtió al estado en el único bastión regido por un político sin aval partidista. El último cambio tuvo lugar en las elecciones de 2021 con la llegada de Samuel García de Movimiento Ciudadano, partido que a nivel nacional no alcanzó 8% de votación en esas elecciones (Instituto Nacional Electoral, 2021).

El realineamiento de las preferencias electorales ha hecho posible la alternancia, lo cual ha impactado en la conformación del poder político, del sistema de partidos y en la representación política. Estos cambios no han estado exentos de viejas estrategias de manipulación

política,¹ como evidencia el trabajo a cargo de Ayala y sus colegas (2019). En ese contexto de constante transformación cabe preguntarse, ¿hasta qué punto prevalecen algunas estrategias de manipulación política como la compra del voto?, ¿cuál es su alcance y a quién se dirigen?, y ¿existen pautas que reflejen continuidades o rupturas con procesos electorales previos tanto a nivel local como nacional?

El presente capítulo retoma estos interrogantes con la intención de ampliar el conocimiento de una de las estrategias de manipulación más señaladas: la compra de voto. A partir de las actitudes y percepciones de los nuevoleonés, los objetivos planteados son los siguientes: 1) explorar qué condiciones del electorado nuevoleonés están relacionadas con la compra de voto; 2) conocer cuáles son las prebendas más comunes otorgadas por los partidos políticos y candidatos; y 3) determinar cuán efectivo es el ofrecimiento de beneficios particulares como estrategia de apoyo electoral. Por compra de voto se entiende «la distribución contingente de beneficios particulares otorgados a un individuo o grupo de personas a cambio de su voto en periodos electorales» (González, 2020, p. 46). Los beneficios pueden ser dinero en efectivo o insumos como despensas, materiales para construcción, comida, bebida, ropa, medicinas, entre muchos otros (Nichter, 2014; González, 2020).

Al igual que en el resto de la obra, el análisis de las actitudes y percepciones está basado en la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral, bajo la dirección de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León. El capítulo se divide en cuatro apartados para cumplir con los objetivos planteados. El primero recupera las explicaciones teóricas propuestas en la literatura sobre el momento en que surge la compra de voto y sobre las características del electorado más propenso a ser

1 Las estrategias de manipulación son aquellas acciones, emprendidas por políticos y partidos, que violan normas y principios democráticos con la finalidad de influir en el elector. Desde esta perspectiva, la compra de voto viola la libertad de expresar las preferencias electorales (Shaffer, 2007).

seducido por los partidos políticos para realizar dicha práctica. El segundo apartado ofrece un acercamiento a los estudios que, basados en el caso mexicano, delinean el perfil del votante sujeto a la compra del voto y miden su influencia. En la última sección se lleva a cabo el análisis del caso. Aquí se identifican la magnitud del fenómeno, los beneficios ofrecidos y otorgados, y el efecto sobre el elector. De igual manera, se indaga en las características —socioeconómicas, actitudinales y de compromiso cívico— que generan mayor probabilidad de que la ciudadanía quede expuesta al ofrecimiento de beneficios.

MOMENTO Y *TARGET* DE LA COMPRA DE VOTO: REVISIÓN DE LA LITERATURA

Los partidos políticos desarrollan estrategias muy variadas de atracción del voto y de vínculos con los electores. Más allá de la conexión ideológico-programática que defiende el modelo de partido responsable, en democracias poco desarrolladas es común encontrar vínculos clientelares contruidos a partir de la distribución de beneficios particulares. La literatura enfocada en esta materia ha priorizado el análisis de las causas y las consecuencias de la compra de voto (Muh-tadi, 2019). Con miras a entender más acerca de las causas destacan dos líneas de investigación: una encargada de indagar sobre las circunstancias por las que se suscita la compra del voto y otra que busca identificar el perfil del ciudadano que es sujeto al ofrecimiento de prebendas a cambio del sufragio. Este apartado realiza una revisión de la literatura que aborda estas dos últimas líneas de investigación.

¿Cuándo surge la compra del voto?

Una parte importante de los trabajos dedicados a analizar cuándo se presenta la compra del voto enfoca su atención en explicaciones

relacionadas con los sistemas electorales y los sistemas de partidos. Con respecto a los primeros, algunos autores coinciden en que los sistemas electorales centrados en el candidato —y no en el partido— y que fomentan la competición entre integrantes de una misma agrupación crean fuertes incentivos para que los candidatos cultiven un voto personal (Hicken, 2007). De modo que sistemas altamente personalizados, como el de mayoría relativa o los de representación proporcional con listas abiertas y desbloqueadas o con listas cerradas y desbloqueadas con voto preferente, alientan al candidato a buscar redes de apoyo a través del ofrecimiento de beneficios particularistas como la repartición de beneficios o el ofrecimiento de bienes, servicios o trabajo en el sector público (Hicken, 2007).

En tanto que las variables del sistema de partidos que influyen en la compra de votos son la baja competitividad y la capacidad de los partidos políticos para resolver el problema *principal-agent* (Piattoni, 2001; Lehoucq, 2007). La ausencia de competitividad perpetúa la actividad de los patrones en que previamente existen relaciones patrón-cliente, e impide que los electores tengan una opción no clientelar con posibilidades de triunfo (Piattoni, 2001). Mientras que el problema principal-agent se resuelve cuando los partidos, quienes intervienen como principal, evitan que el elector tome el dinero y vote en un sentido contrario al indicado (Lehoucq, 2007). Esto es posible gracias a grandes y costosas estructuras organizativas que buscan reducir el oportunismo a través del monitoreo —e incluso el castigo— del comportamiento de los electores (Kitschelt y Wilkinson, 2007).

Target de la compra del voto

Además del momento en que se presenta la compra de voto, otra parte importante de la literatura ha indagado en el perfil del elector más propenso al ofrecimiento y, por ende, a la aceptación de prebendas a cambio del sufragio en tiempos electorales (*target*).² La identificación

del *target* no es un asunto de poca relevancia, y menos aún para los partidos políticos si se considera que los recursos para distribuir son limitados y deben focalizarlos correctamente para obtener la mayor utilidad electoral (Stokes, 2005; Muhtadi, 2019). Sobre este particular existen al menos tres perspectivas que explican qué electores son el *target* principal de los partidos y candidatos. Aquellas centradas 1) en factores socioeconómicos y sociodemográficos; 2) en las actitudes políticas; y 3) en el compromiso cívico.

La primera línea explicativa recoge argumentos de las teorías de la modernización, por lo que las condiciones socioeconómicas y sociodemográficas —como la pobreza o el acceso limitado a servicios públicos— explican la prevalencia de intercambios informales e ilegales en las elecciones (Brusco *et al.* 2004; Stokes, 2007; Kitschelt y Wilkinson, 2008; Jensen y Justensen, 2014). Autores como Brusco y sus colegas (2004) y Stokes (2007) defienden que los pobres son más vulnerables que las clases medias y altas ante el ofrecimiento de dinero a cambio de su voto. Por un lado, explica Stokes (2007), en coincidencia con Kitschelt y Wilkinson (2008), dado que la población pobre tiene mayor aversión al riesgo, esta preferirá aceptar un beneficio inmediato antes que confiar en la promesa de una política pública redistributiva a mediano o largo plazo. En este caso, la pobreza actúa en el mismo sentido que la educación. Según Kitschelt y Wilkinson (2007), es probable que los pobres tengan menores niveles educativos, por tanto, que exista menor capacidad para distinguir entre beneficios personales y el efecto de una política de beneficios colectivos. Por otro lado, si se considera que el valor que representa el pago por el voto se reduce conforme el ingreso de la persona

2 En su búsqueda por maximizar los recursos a su alcance cuando pretenden atraer votos a través de la distribución de prebendas, para los partidos es importante conocer las características del elector que responde a los estímulos ofertados. Es en ese sentido que el *target* se vincula no solo al ofrecimiento, sino a la aceptación de beneficios.

aumenta, la utilidad marginal para los de menores ingresos es mayor³ (Stokes, 2007).

Dentro del mismo paradigma de la modernización se argumenta que el abandono del Estado como proveedor de servicios públicos —salud, educación, vivienda, alumbrado, seguridad, etc.—, así como un bajo rendimiento de las instituciones públicas en la atención de problemas sociales, son consecuentes con la búsqueda de mecanismos alternativos de resolución de demandas ciudadanas. En contextos de grandes desigualdades y de marginación, la población recurre a intermediarios (*brokers*) para satisfacer sus necesidades más elementales, a través de intercambios clientelares condicionados al apoyo electoral (Auyero, 1997). Desde esta perspectiva, en la medida en que la modernización y la democratización mejoran la calidad de vida de las personas, los intercambios clientelares tienden a reducirse (Hicken, 2011).

El segundo grupo de explicaciones tiene que ver con las actitudes políticas, entre las cuales destaca la confianza institucional, el interés por la política, el apoyo a la democracia, la identificación partidista, entre otras. En relación con la identificación partidista, el debate gira en torno al tipo de electorado en el que centrarán su atención los partidos políticos: la decisión de invertir esfuerzos puede estar entre votantes leales (*core voters*) y votantes indecisos (*swing voters*). Cox y McCubbins (1986), en su modelo de votantes leales, argumentan que los partidos invierten los recursos disponibles en electores partidarios porque tienen mayor certeza sobre su actuación. Del lado del modelo del votante indeciso, Stokes (2005) defiende que los partidos prefieren focalizar sus esfuerzos en los electores indecisos, pues el votante leal no castigaría al partido si este retiene la entrega de recompensas.

3 Como es evidente, estos razonamientos no defienden la incorruptibilidad de las clases medias y altas, sino que explican por qué los partidos políticos podrían comprar más votos a un menor costo.

Otras líneas interpretativas que explican cómo las actitudes pueden influir en la disposición de las personas a vender su voto son la eficacia política, el interés por la política y la confianza institucional. La percepción de eficacia política mejora cuando los ciudadanos sienten que pueden influir en la toma de decisiones y cuando consideran que los Gobiernos escuchan y se preocupan por sus necesidades. Esta evaluación positiva está relacionada negativamente con algunas estrategias de distribución de beneficios. Al contrario, cuando el ciudadano considera que es incapaz de intervenir en la política gubernamental, la ganancia inmediata que ofrecen los partidos se vuelve más atractiva porque es la única oportunidad de obtener algo. La segunda variable actitudinal, el interés por la política, también fluye en sentido opuesto a los intercambios clientelares. Los ciudadanos con mayor interés en la política, al estar dispuestos a participar en elecciones sin recompensa alguna, tienen menor probabilidad de verse tentados a vender su voto (Muhtadi, 2019). Por último, la confianza política impacta en la manera en que el elector se relaciona con las instituciones democráticas (Putman, 1993). En escenarios con bajos niveles de confianza, instituciones débiles y vínculos patrón-cliente fuertes, los electores suelen apoyar a políticos que distribuyen prebendas particulares (Muhtadi, 2019).

El tercer conjunto de explicaciones se refiere al nivel de compromiso cívico. En este rubro las organizaciones civiles resultan atractivas para los partidos políticos en su intención de llegar a un mayor número de electores y de facilitar el otorgamiento de beneficios particulares (Muhtadi, 2019). Estudios de caso realizados en Nicaragua (González-Ocantos *et al.*, 2012) y Filipinas (Cruz, 2019) ponen de manifiesto que las personas que integran asociaciones civiles o las que mantienen vínculos sociales amplios tienen mayor probabilidad de ser objetivos de los compradores de votos. La evidencia sugiere que el compromiso de las asociaciones civiles, basado en la norma de reciprocidad, facilita la cooperación y el intercambio clientelar con los partidos políticos (Cruz, 2019).

EL ESTUDIO DEL *TARGET* DE LA COMPRA DE VOTO EN MÉXICO

El análisis del comportamiento electoral y de las actitudes, valores y percepciones de la sociedad mexicana tuvo un desarrollo tardío. Durante décadas, el régimen autoritario logró mantener los mismos patrones de comportamiento electoral con apoyo de fraudes, persecución política a los partidos de oposición y relaciones clientelares y corporativistas. Consolidada la hegemonía del PRI y ante su irrefutable victoria, resultaba poco atractivo el análisis de los procesos electorales (Valdés, 2001). Llegada la década de 1970, el régimen comienza a padecer el desgaste e inicia un lento proceso de apertura y transición política alentado por reformas electorales y la creación de organismos independientes. Al ánimo reformista se sumaron millones de mexicanos que comenzaron a elegir entre las diferentes ofertas partidistas.

Desde los noventa y entrada la década de 2000 emerge una rica literatura preocupada por entender el comportamiento electoral y encontrar explicaciones a los vínculos entre partidos y electores. En esa coyuntura el estudio del *target* de la compra de voto se vio favorecido. Uno de los primeros esfuerzos por definir el perfil del electorado que presenta mayores probabilidades de ser seducido por los partidos políticos lo elaboró Wayne Cornelius (2002) a raíz de la elección presidencial de 2000. Con información de la Consulta Mitofsky de salida y del Estudio Panel México 2000, Cornelius identifica cinco factores sociodemográficos de gran impacto: edad, género, educación, ingreso y lugar de residencia. El resultado de su análisis muestra que los varones de más de 50 años, con educación media y residentes de barrios urbanos de bajos ingresos presentaron mayor probabilidad de ser «sometidos a la movilización autoritaria» por parte de los partidos (Cornelius, 2002, pp. 19-20).

Con esa misma elección como unidad de análisis, pero con datos de la Encuesta Nacional de Compra y Coacción del Voto 2000, Aparicio (2002) examina la magnitud de la manipulación electoral,

así como sus determinantes. Un elemento importante de este trabajo es que no solo mide el porcentaje de personas expuestas a la compra del voto, sino a cualquier tipo de acción de coacción como amenazas, presiones, inducción religiosa o condicionamiento de servicios. El análisis de Aparicio muestra que las variables con mayor fuerza explicativa son las de carácter socioeconómico. En concreto, el nivel educativo, ya que las personas sin escolaridad fueron las más vulnerables a acciones de manipulación electoral. Este patrón se repitió con las familias de menores ingresos. Por otro lado, hubo diferencias interesantes entre rivalidad electoral y tipo de localidad. La competencia partidista influyó en la acción de inducción o compra de voto, pero solo en zonas urbanas, mientras que en las rurales la competitividad no constituyó un elemento de cambio en la intensidad de la manipulación. Otro dato relevante, y coincidente con Cornelius, es que la edad influyó positivamente en la manipulación electoral, pero únicamente las personas de 40 a 49 años en edad laboral tuvieron más probabilidades de experimentar una práctica de inducción o compra de voto.

En un trabajo posterior, y con la misma Encuesta Nacional de Compra y Coacción del Voto 2000, Aparicio y Hernández (2005) profundizan en los factores asociados a la exposición y compra del voto. Al igual que en la investigación precedente, tanto la pobreza como el nivel de escolaridad resultaron ser determinantes, y en el sentido teóricamente esperado, para definir lo que Aparicio y Hernández denominan «perfil del votante clientelar».⁴ La pobreza, concluyen, es la principal variable de su modelo: a medida que esta

4 En la literatura sobre distribución de beneficios particulares, estrategias de movilización política o vínculos partido-electoral es común que los autores aborden, por omisión o comodidad, de manera indistinta términos como clientelismo, patronazgo o compra de voto, a pesar de que en la práctica y de forma analítica se pueden diferenciar (González, 2020). Trabajos como el de Schedler (2004), Aparicio y Hernández (2005), Marengi y García (2011) y Ayala *et al.* (2019), entre muchos otros, no son la excepción a esta falta de claridad conceptual.

TABLA 1
EL ESTUDIO DEL *TARGET* EN MÉXICO

<i>Autor(es)</i>	<i>Variables independientes significativas</i>	<i>Fuente de información</i>
Cornelius (2002)	<i>Edad (mayores de 50 años)</i> <i>Género (hombres)</i> <i>Escolaridad (media)</i> <i>Ingresos</i> <i>Residencia (habitantes de ciudad)</i>	<i>Consulta Mitofsky de salida</i> <i>Estudio Panel México 2000</i>
Aparicio (2002)	<i>Escolaridad (baja)</i> <i>Ingresos</i> <i>Edad (40-49 años)</i> <i>Competencia partidista (en zonas urbanas)</i>	<i>Encuesta Nacional de</i> <i>Compra y Coacción del Voto</i> <i>2000</i>
Aparicio y Hernández (2005)	<i>Pobreza</i> <i>Escolaridad</i> <i>Edad (40-45 años)</i> <i>Participación política</i> <i>Exposición a programas sociales</i> <i>Pluralidad</i>	<i>Encuesta Nacional de</i> <i>Compra y Coacción del Voto</i> <i>2000</i>
Marenghi y García (2011)	<i>Género (mujeres)</i> <i>Edad (50-59 años)</i> <i>Participación política (sindicatos)</i> <i>Actitudes políticas (corrupción)</i> <i>Democratización</i>	<i>Encuesta USAL-Colmex</i>

Fuente: elaboración propia con información de los autores citados en la tabla.

es mayor aumenta la probabilidad de establecer un vínculo de tipo clientelar. En esa misma dirección actúa el nivel educativo: cuando este aumenta tiende a reducirse la probabilidad de que el elector se vea atraído por las redes de compra de voto (Aparicio y Hernández, 2005, pp. 386-387). Un aspecto novedoso fue la introducción de la participación en organizaciones políticas y sociales. Esta variable guarda relación con el voto clientelar, pues las personas que más participan tienden a verse más afectadas por acciones de compra y coacción del voto. Dicha exposición aumenta conforme el ciudadano se inmiscuye en más organizaciones. La última variable importante

del modelo fue la política social. Aquí la exposición fue mayor entre los beneficiarios de algún programa social, en particular Procampo y Progresá (Aparicio y Hernández, 2005).

Por su parte, Marenghi y García (2011) se centran en las elecciones de 2006 para medir la magnitud de la compra del voto e identificar las características que influyen en la aceptación de regalos provenientes de políticos y partidos. Las características que reducen la probabilidad de ser «tentado» por los partidos son presentarse por primera vez a un proceso electoral y carecer de estudios. En cambio, aquellas que influyen en la probabilidad de aceptación de regalos tienen que ver con la participación de la sociedad en organizaciones, concretamente en sindicatos, las actitudes proclives a la corrupción, el género, al ser las mujeres las más expuestas, y la edad, en personas de 50 a 59 años. La Tabla 1 resume las variables significativas de cada uno de los trabajos citados.

COMPRA DE VOTO EN NUEVO LEÓN

La compra de voto en Nuevo León es un tema de investigación poco analizado desde la ciencia política, a pesar de ser una práctica observada en cada elección como lo es en el resto del país. Una excepción al déficit investigativo la constituye el trabajo de Ayala, Chapa y Martínez (2019), quienes, con base en los resultados del estudio *Perfiles del Electorado Nuevoleonés* de 2018, auspiciado por la Comisión Estatal Electoral Nuevo León, realizan una reciente aproximación a los fenómenos de la compra y coerción del voto. Con información actualizada de la elección de 2021, en este apartado se lleva a cabo el análisis de las actitudes del electorado neoleonés y su relación con la compra del voto. De acuerdo con los objetivos planteados al inicio del trabajo, a continuación se expone la magnitud del fenómeno en el estado, los tipos de bienes comúnmente ofrecidos y otorgados por los partidos y la efectividad de esta práctica. De igual importancia será

conocer quiénes son los partidos que más recurren a la repartición de beneficios. En una siguiente sección se analizan las condiciones del electorado que están relacionadas con la compra del voto, es decir, qué factores asociados al votante lo hacen más atractivo para que los partidos intenten atraer su apoyo mediante prebendas particulares.

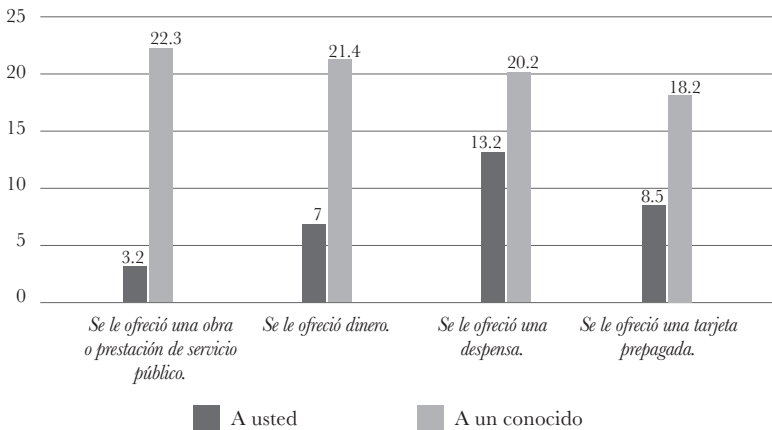
Magnitud, bienes de intercambio, efectividad

Para conocer la magnitud de la compra de votos, la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral contiene dos preguntas. La primera pretende conocer si al elector se le ofreció alguno de los siguientes beneficios a cambio de su voto: a) una obra o prestación de servicio público, b) dinero, c) despensa o d) una tarjeta prepagada. La Gráfica 1 muestra los resultados de las respuestas. Al igual que en trabajos previos, los cuales se recuperan más adelante, el porcentaje de la ciudadanía que dice haber estado expuesto a la compra de su voto es reducido. A 7% se ofreció dinero, una tarjeta prepagada a 8.5%, y a poco más de 13% una despensa.

En cambio, cuando el *target* es un conocido del entrevistado tanto el bien ofrecido como el porcentaje de personas que responden afirmativamente varía de forma considerable. En este caso, la prestación de servicio público u obra figura como el principal bien que se ofreció a un conocido del entrevistado/a (22.3%), seguido de despensa (21.4%), dinero (20.2%) y, por último, tarjeta prepagada (18.2%). Los datos contrastan con la elección previa en el estado de Nuevo León. En valores agregados, es decir, sumando las respuestas «A usted» y «A un conocido», Ayala, Chapa y Martínez (2019) muestran que la proporción de ciudadanos que recibió ofrecimientos a cambio del voto fue más elevada en 2018: 39% dijo haber recibido promesa de dinero o conocer a alguien en esa situación, seguido de despensas (38%) y obra pública (37%). Para 2021, el valor agregado más alto

se encuentra en la promesa de despensa, al ser el único bien que supera los 30 puntos porcentuales (33.4%), mientras el resto estuvo por debajo de 28.4%. Este dato no menor, pues muestra una ligera disminución en el uso de estrategias de manipulación electoral —muy probablemente porque en 2018 se celebraron elecciones intermedias y hay menos recursos y cargos en disputa—.

GRÁFICA 1
OFRECIMIENTO DE BENEFICIOS A CAMBIO DEL VOTO



Pregunta: «¿Usted o algún conocido han vivido alguna de las siguientes situaciones en una elección?». Se excluyeron las respuestas «No sabe» y «No contestó». N=1100.

Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

La segunda pregunta de la encuesta que brinda información sobre la compra de voto inquiriere por la aceptación de un regalo u obsequio por parte del elector. De una muestra de 1,100 entrevistados, solo 95 confirmaron haber recibido algún beneficio, es decir, 8.6% (Tabla 2). Este porcentaje basado en las elecciones de 2018 en Nuevo León no difiere mucho de lo que evidencian otras investigaciones sobre comicios a nivel nacional. En el Estudio Panel México 2000

el porcentaje de mexicanos que recibió regalos durante la campaña electoral estuvo entre 5.3% y 14.7% (Aparicio, 2002; Cornelius, 2002; Aparicio y Hernández, 2005). La cifra tampoco varió mucho para la elección presidencial de 2006. Marenghi y García (2011) encontraron que solo 11.1% de los encuestados recibió regalos provenientes de partidos o candidatos.

Dentro de las personas que manifestaron haber aceptado un beneficio (Gráfica 2), la mayoría recibió despensas (44%) o playeras y gorras (28.6%). El resto estuvo distribuido en igual proporción entre propaganda, dinero y tarjetas prepagadas (7.1% en cada rubro). Los dos primeros (despensa y playeras/gorras) son bienes ampliamente distribuidos y que se mantienen a lo largo de varias campañas electorales mexicanas.⁵ Una diferencia que merece consideración a parte es el porcentaje de personas que recibió dinero, el cual en Nuevo León fue de 7.1%, mientras que a nivel nacional en la elección de 2006 se ubicó en 1.9% (Marenghi y García, 2011). Otra diferencia se encuentra en la modalidad del beneficio. Desde que el candidato priista a la Gubernatura del Estado de México en 2011, Eruviel Ávila, implementara la distribución de tarjetas como estrategia de distribución de prebendas, la práctica se extendió a procesos electorales de otros estados, incluyendo Nuevo León.

El partido político que más recurrió a la compra de voto fue el PRI con cerca de la mitad de obsequios o regalos otorgados (42, ver Gráfica 3). Los resultados aquí expuestos confirman una tendencia de predominio del PRI en el despliegue de tácticas de corrupción al votante. El fraude electoral, la manipulación, el clientelismo y la compra y coacción del voto fueron parte del repertorio del partido hegemónico durante décadas. Aun en la elección de 2000 que dio

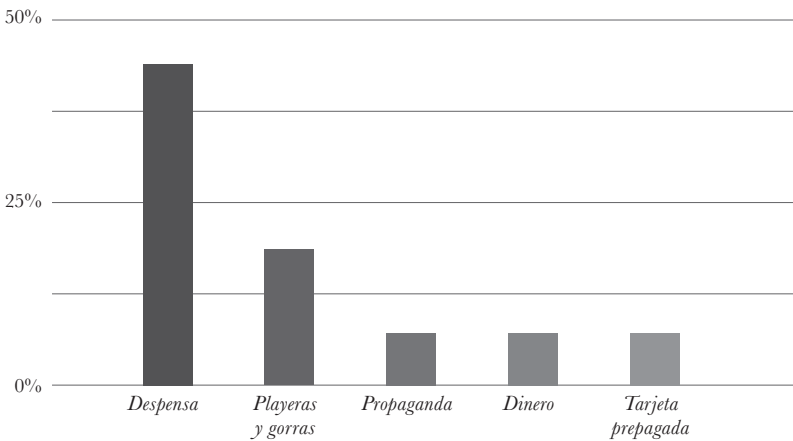
5 En la campaña presidencial de 2006 también fueron los beneficios más distribuidos con porcentajes incluso similares: 39.6% recibió despensa y 23.1% playeras (Marenghi y García, 2011).

TABLA 2
REGALOS RECIBIDOS DURANTE LA CAMPAÑA DE PARTIDOS O CANDIDATOS

¿Recibió algún regalo u obsequio de algún partido o candidatura independiente durante las elecciones de 2018?	Frecuencia	%
Sí	95	8.6
No	1,015	91.4
Total	1,100	100

Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

GRÁFICA 2
BIENES DE INTERCAMBIO*



* Entre personas que afirmaron recibir regalo u obsequio de alguna candidatura.
Se excluyó la respuesta «No contestó».

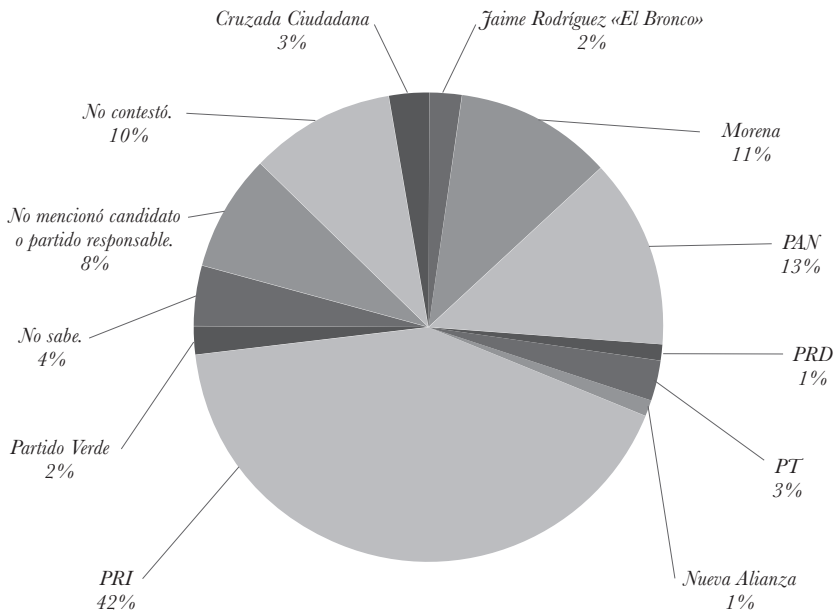
Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

paso a la alternancia política y en la de 2006 —luego de seis años de perder la Presidencia y de estar en tercer lugar en las preferencias electorales—, este partido lideró la compra de votos en el país (Cornelius, 2002; Marenghi y García, 2011); y en 2012 fue el principal beneficiario de su estrategia de repartición de regalos (Cantú, 2019).

El segundo partido que más beneficios otorgó en la entidad fue el PAN (13%), seguido de Morena (11%). A juzgar por los resultados, los tres principales partidos en la entidad son los que más beneficios otorgaron. Esto abre el camino para una hipótesis que sería interesante explorar en futuras investigaciones.

Por último, interesa conocer qué tan efectiva es la compra de voto. La Tabla 3 muestra que 10.7% de las personas que recibieron un obsequio o regalo manifestó haber votado al partido que dispuso la entrega. Si se tiene en cuenta el tamaño de la muestra de la

GRÁFICA 3
PARTIDO O CANDIDATO QUE OTORGÓ EL REGALO U OBSEQUIO



Pregunta: «¿De qué partido o candidatura independiente recibió algún regalo u obsequio durante las elecciones de 2018?».

Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

encuesta (1,110) frente al número de manipulados, la incidencia de la compra del voto es irrisoria en el comportamiento electoral. Por común y recurrente que sea esta práctica, su incidencia ha tendido a magnificarse en la opinión pública (Romero, 2007). Los análisis disponibles evidencian que la compra de votos no parece haber tenido un impacto en los resultados (Cornelius, 2002), a diferencia de otras estrategias de distribución de prebendas como el clientelismo (Hilgers, 2008; Rodríguez, 2019).

TABLA 3
INFLUENCIA DEL OBSEQUIO EN EL VOTO*

<i>¿El hecho de que le dieran algo hizo que votara por ese candidato/a o partido?</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Sí	9	10.7
No	69	82.1

* *Entre personas que afirmaron recibir regalo u obsequio de alguna candidatura.*

Se excluyeron las respuestas «No sabe» y «No contestó».

Fuente: elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

¿Qué características comparte el electorado que se dejó influenciar por el partido que le otorgó el beneficio? De los nueve casos, cuatro expresaron sentirse más cercanos al PRI —uno más manifestó su cercanía con el PAN el resto no contestó—. El dato contrasta con otros escenarios de competencia electoral. Según Aparicio (2002), a nivel nacional el partido más beneficiado de las acciones de manipulación en la elección de 2000 fue el PAN, seguido del PRI. Además de la cercanía con el PRI, cinco de las personas que votaron por el partido del obsequio perciben ingresos apenas superiores al salario mínimo y ocho no cuentan con estudios universitarios. A reserva de los pocos casos, se puede concluir que el electorado más manipulable tiene bajos niveles educativos y salariales y se identifica principalmente con el PRI.

Perfil del elector en la compra de voto en Nuevo León

Para concluir el análisis, en esta sección se exploran los factores que delinean el perfil del elector más expuesto a la compra del voto en las elecciones de 2021 en Nuevo León. Dichos factores fueron agrupados siguiendo los argumentos teóricos descritos previamente y que explican el *target* en la compra de votos. La información proviene de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral, y solo las variables sociodemográficas Pobreza y Carencia por acceso a servicios básicos fueron construidas con información del Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval). Los datos de estas últimas corresponden a 2015, y es la medición de ese año la más próxima a las elecciones de 2018.⁶

La Tabla 4 resume las variables independientes que conforman el modelo y sus respectivos valores. La hipótesis detrás de las condiciones socioeconómicas o demográficas estipula que, a mayor precariedad en las condiciones sociales y económicas de la población, mayor probabilidad de ser sujetos al ofrecimiento de beneficios a cambio del voto. Respecto al segundo grupo que incorpora variables actitudinales, la hipótesis plantea que niveles bajos de confianza institucional y de satisfacción con la democracia o la percepción de fraude electoral influyen positivamente en los intercambios de prebendas. Del tercer grupo correspondiente al compromiso cívico, la hipótesis a comprobar es que la participación en organizaciones políticas y sociales aumenta la exposición de los individuos a la compra

6 La encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés de 2021 solo especifica el nombre de los municipios pertenecientes al área metropolitana de Monterrey; fuera de esta el lugar de vivienda de los encuestados se agregó en cinco regiones: Norte, Noreste, Sur, Submetropolitano y Citrícola. Para asignar los valores de las variables Pobreza y Carencia por acceso a servicios básicos se calculó la media de los municipios que componen cada una de las regiones.

TABLA 4
VARIABLES INDEPENDIENTES

<i>Grupo de variables</i>	<i>Variables independientes</i>	<i>Valores de la variable</i>
Socioeconómicas y demográficas	<i>Edad</i>	<i>Año de nacimiento</i>
	<i>Género</i>	<i>0-Mujer, 1-Hombre</i>
	<i>Escolaridad</i>	<i>Nivel máximo de escolaridad: 0-Ninguno, 1-Primaria incompleta, 2-Primaria completa, 3-Secundaria incompleta, 4-Secundaria completa, 5-Preparatoria incompleta, 6-Preparatoria completa, 7-Normal, 8-Técnica incompleta, 9-Técnica completa, 10-Universidad incompleta, 11-Universidad completa, 12-Especialidad, 13-Posgrado</i>
	<i>Pobreza</i>	<i>Porcentaje de población en pobreza a nivel municipal con base en la medición multi-dimensional de la pobreza del Coneval^a</i>
	<i>Carencia por acceso a servicios básicos</i>	<i>Porcentaje de población con carencia por acceso a servicios básicos en la vivienda^b</i>
Actitudes políticas	<i>Satisfacción con funcionamiento de la democracia</i>	<i>Escala del 1 (muy satisfecho) al 10 (muy insatisfecho)</i>
	<i>Interés por la política</i>	<i>Escala del 1 (muy interesado) al 10 (nada interesado)</i>
	<i>Percepción elecciones</i>	<i>Escala del 1 (muy fraudulentas) al 10 (muy limpias)</i>
Compromiso cívico	<i>Participación en agrupación de ayuda social</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>
	<i>Participación en agrupación profesional</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>
	<i>Participación en agrupaciones religiosas</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>
	<i>Participación en instituciones electorales</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>
	<i>Participación en partido político</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>
	<i>Participación en sindicato</i>	<i>Participación últimos 5 años: 0-No, 1-Sí</i>

a) En esta medición el Coneval incorporó nueve indicadores: ingreso corriente per cápita, rezago educativo promedio en el hogar, acceso a los servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, acceso a la alimentación nutritiva y de calidad, grado de cohesión social y grado de accesibilidad a carretera pavimentada. b) Los servicios básicos considerados por el Coneval son agua entubada, drenaje, electricidad y vivienda. Fuente: elaboración propia con base en elaboración propia con base en Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021) y Coneval (2021).

del voto. Como se señaló previamente, la selección de variables y sus respectivas relaciones tienen relevancia teórica y sustento empírico.

Para determinar la influencia que dichos factores tienen sobre la variable dependiente (el ofrecimiento o no de beneficios a cambio del voto), se realizó un análisis de regresión logística binaria (los valores de esta son 1 cuando existió ofrecimiento y 0 en caso contrario). La Tabla 5 muestra los resultados del modelo de regresión. Como se puede apreciar, dentro de las variables socioeconómicas y demográficas solo la escolaridad tiene valor estadísticamente significativo y actúa en el sentido esperado: a medida que el nivel educativo es menor aumenta la probabilidad de que el elector sea contactado por partidos y candidatos para ofrecerle un beneficio a cambio de su voto. Estos datos coinciden con lo expuesto por Cornelius (2002). El resto de los factores pertenecientes a este grupo de variables resultó sin incidencia en la variable dependiente.

Llama la atención el nulo efecto de la pobreza, al ser esta una de las explicaciones más comunes en la literatura politológica. Se supone que la población de menores ingresos sería un objetivo de los partidos porque valora más el beneficio y cuesta menos su voto (Stokes, 2005; 2007). Sin embargo, y a juzgar por la evidencia empírica de distintos trabajos, este factor es poco esclarecedor. En América Latina los resultados son muy variados. Algunos autores han mostrado que sectores vulnerables económicamente son ampliamente movilizados a través de intercambios clientelares en Argentina (Weitz-Shapiro, 2014; Szwarcberg, 2015) y México (Aparicio y Hernández, 2005; Magaloni, 2006). Otros, en cambio, revelan que la pobreza no delinea el perfil del electorado sujeto a la compra del voto en casos como México (Cornelius, 2002).

Con relación a las actitudes políticas, tanto la satisfacción con el funcionamiento de la democracia como el interés por la política tienen poder explicativo. La primera interacción se presenta según el modelo esperado: cuanto mayor satisfacción con la democracia las probabilidades de promesas de dádivas por votos se ven reducidas.

TABLA 5
 MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA. FACTORES QUE EXPLICAN EL *TARGET* EN LA
 COMPRA DEL VOTO

	<i>Sig</i>	<i>Exp(B)</i>
<i>Variables socioeconómicas y demográficas</i>		
Edad	.465	1.009
Género	-.483	.809
Escolaridad	-.032**	.869
Pobreza	.616	1.023
Carencia por acceso a servicios básicos	-.158	.889
<i>Actitudes políticas</i>		
Satisfacción con el funcionamiento de la democracia	-.066*	.891
Interés por la política	.015**	1.185
Percepción elecciones	-.225	.923
<i>Compromiso cívico</i>		
Participación en agrupación de ayuda social	.347	2.103
Participación en agrupación profesional	.769	1.329
Participación en agrupaciones religiosas	-.111	.272
Participación en instituciones electorales	.354	1.782
Participación en partido político	.006***	3.750
Participación en sindicato	.392	1.697
Constante	.391	.000
R Nagelkerke	.132	

* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0,01$. $N=1110$

Fuente: elaboración propia.

En cambio, el interés por la política resultó contrario al argumento teórico planteado. La literatura suele afirmar que las personas que expresan mayor interés en la política tienden a participar más y de forma desinteresada, por lo que se alejarán de cualquier intercambio personalista. Los datos encontrados en Nuevo León invitan a una reflexión mucho más detallada, pues en este estado quienes manifestaron un mayor interés por la política presentan más probabilidad

de ser sujetos al ofrecimiento de prebendas por su voto. En tanto que la última variable de las actitudes políticas, la percepción de fraude, no ofrece ningún valor explicativo.

El último conjunto de variables correspondiente a la participación política y social de la ciudadanía muestra un dato interesante. A diferencia de la tendencia observada en otras elecciones en las cuales la participación en sindicatos (Marenghi y García, 2011) o en organizaciones vecinales (Aparicio y Hernández, 2005) apoya la tesis del perfil del votante clientelar, en este caso el ciudadano que participa en agrupaciones profesionales, de ayuda social, religiosas o en instituciones electorales no resulta ser atractivo para los partidos. Sin embargo, la participación en algún partido político —como militante, miembro o afiliado— sí impacta de manera significativa. Es mucho más probable que los candidatos o partidos pretendan comprar votos entre quienes mantienen vínculos con las organizaciones partidistas, que entre quienes no tienen ninguna vinculación. Contrario a las expectativas teóricas, no solo las variables asociadas con la modernización sino con la participación en organizaciones no partidistas tienen poca relación con el ofrecimiento de beneficios a cambio del voto.

REFLEXIONES FINALES

Este capítulo pretende avanzar en el estudio de las estrategias de manipulación electoral a partir del análisis de las actitudes y percepciones en Nuevo León. A partir de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral, el trabajo contribuye empíricamente al debate político y permite reflexionar sobre diferentes aspectos de la compra de voto, tales como los partidos que la practican, su magnitud y alcance, y las características de los votantes que buscan los partidos políticos para realizar el intercambio.

Respecto al primer aspecto, el PRI continúa siendo el partido más señalado por los electores como el principal promotor de compra de votos. En este mismo rubro se evidenció que los partidos que concentran la mayor parte del electorado son también los que más recurren a estrategias de manipulación. Con relación a la magnitud y su influencia se comprueba una tendencia señalada en investigaciones anteriores, ya que el alcance de la compra de voto en términos porcentuales es muy bajo y su influencia aún menor. Si esta estrategia de manipulación es poco común, cabría indagar en otras estrategias de movilización política como el clientelismo para proponer explicaciones alternativas.

Para concluir, un tema de gran relevancia para entender cuándo y por qué surge la compra de voto es la identificación del perfil del ciudadano al que se ofrecen prebendas. Las características que definieron el *target* más buscado por los partidos para ofrecer beneficios por el voto en Nuevo León durante las elecciones de 2021 se resumen de la siguiente manera: personas con nivel de escolaridad medio, insatisfechas con el funcionamiento de la democracia, interesadas en la política y con algún vínculo partidista.

Respecto a la poca capacidad predictora de los factores socioeconómicos cabe plantearse la necesidad no solo de explorar otros elementos, sino de evitar sobredimensionar su efecto. Más de un autor ha enfatizado en el estigma que recae sobre la compra de voto (González-Ocantos *et al.*, 2012) y en la tendencia que existe de asociar esa práctica con la población de menores recursos. En ese sentido, los resultados de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral y los hallazgos de este trabajo revelan la importancia de promover investigaciones que prueben la validez de argumentos comúnmente aceptados en la disciplina.

REFERENCIAS

- Aparicio, Ricardo (2002). «La magnitud de la manipulación del voto en las elecciones federales del año 2000», *Perfiles Latinoamericanos*, vol. 10, no. 20, pp. 79-99.
- Aparicio, Ricardo y Hernández, David (2005). «El perfil del votante clientelar en México durante las elecciones de 2000», *Estudios Sociológicos*, vol. 23, no. 68, pp. 375-396.
- Auyero, Javier (1997). Evita como *performance*. Medición y resolución de problemas entre los pobres urbanos del Gran Buenos Aires. En Auyero, Javier (comp.). *¿Favores por votos? Estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Buenos Aires: Losada.
- Ayala, Edgardo, Chapa, Cecilia y Martínez, Hans (2019). Compra y coerción del voto. En Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos Javier (coords.). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Brusco, Valeria, Nazareno, Marcelo, y Stokes, Susan (2004). «Vote Buying in Argentina», *Latin American Research Review*, vol. 39, no. 2, pp. 66-88.
- Cantú, Francisco (2019). «Groceries for Votes: The Electoral Returns of Vote Buying», *The Journal of Politics*, vol. 81, no. 3, pp. 790-804.
- Cruz, Cesi (2019). «Social Networks and the Targeting of Vote Buying», *Comparative Political Studies*, vol. 52, no. 3, pp. 382-411.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- Coneval (2021). Pobreza a nivel municipio 2015. Recuperado de https://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/NuevoLeon/Paginas/pobreza_municipal2015.aspx
- Cornelius, Wayne (2002). «La eficacia de la compra y coacción del voto en las elecciones mexicanas de 2000», *Perfiles Latinoamericanos*, vol. 10, no. 20, pp. 11-31.
- Cox, Gary, y McCubbins, Mathew (1986). «Electoral Politics as a Redistributive Game», *The Journal of Politics*, vol. 48, no. 2, pp. 370-389.

- Gonzalez-Ocantos, Ezequiel, de Jonge, Chad, Meléndez, Carlos, Osorio, Javier, y Nickerson, David (2012). «Vote Buying and Social Desirability Bias: Experimental Evidence from Nicaragua», *American Journal of Political Science*, vol. 56, no. 1, pp. 202–217.
- González, Luis (2020). «Compra de voto en Colombia: ¿cómo viste el fantasma y cuáles son sus implicaciones?», *Reflexión política*, vol. 22, no. 46, pp. 44-57.
- Hicken, Allen (2007). How Do Rules and Institutions Encourage Vote Buying? En Schaffer, Frederic (ed.). *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*. Boulder: Lynne Rienner, 47-60.
- Hilgers, Tina (2008). Causes and Consequences of Political Clientelism: Mexico's PRD in Comparative Perspective, *Latin American Politics and Society*, 50(4), 123-153.
- Instituto Nacional Electoral (2021). Cómputos Distritales 2021. Elecciones Federales. Recuperado de <https://computos2021.ine.mx/votos-distrito/mapa>
- Jensen, Peter y Justesen, Mogens (2014). «Poverty and Vote Buying: Survey-based Evidence from Africa», *Electoral Studies*, vol. 33, pp. 220–232.
- Kitschelt, Herbert y Wilkinson, Steven (2007). Citizen-Politician Linkages: An Introduction. En Kitschelt, Herbert and Wilkinson, Steven (eds.). *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- Lehoucq, Fabrice (2007). When does a market for votes emerge? Historical and theoretical perspectives. En Schaffer, Frederic (ed.). *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*. Boulder, CO: Lynne Rienner.
- Magaloni, Beatriz (2006). *Voting for Autocracy: Hegemonic Party Survival and Its Demise in Mexico*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Marenghi, Patricia y García, Mercedes (2011). Tomen el regalo pero voten como quieran. Una radiografía del clientelismo político en México. En Martí i Puig, Salvador, Ortega, Reynaldo y Somuano, Ma. Fernanda (eds.). *La democracia en México. Un análisis a 10 años de la alternancia*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, pp.135-162.

- Muhtadi, Burhanuddin (2019). *Vote Buying in Indonesia. The Mechanics of Electoral Bribery*. Jakarta: Palgrave Macmillan.
- Nitchter, Simeon (2014). «Conceptualizing Vote Buying», *Electoral Studies*, vol. 35, pp. 315-327.
- Piattoni, Simona (2001). Clientelism in Historical and Comparative Perspective. En Piattoni, Simona (ed.). *Clientelism, Interest, and Democratic Representation. The European Experience in Historical and Comparative Perspective*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Putnam, Robert (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Romero, Javier (2009). Clientelismo, patronazgo y justicia electoral en México: una lectura institucionalista. En Gómez, David (coord.). *Candados y contrapesos. La protección de los programas, políticas y derechos sociales en México y América Latina*. México, D. F.: PNUD/ITESO.
- Rodríguez, Emanuel (2019). Comportamiento electoral, programas sociales y redes clientelares durante el predominio perredista en la Ciudad de México. En González, Luis (dir.). *Clientelismo, patronazgo y corrupción en Colombia y México*, Barranquilla: Universidad del Norte.
- Schaffer, Charles (2007). Why Study Vote Buying? En Schaffer, Frederic (ed.). *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*. Boulder, CO: Lynne Rienner.
- Schedler, Andreas (2004). «“El voto es nuestro”. Cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral», *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 66, no. 1, pp. 57-97.
- Stokes, Susan (2005). «Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina», *American Political Science Review*, vol. 99, no. 3, pp. 315-325.
- (2007). Is Vote Buying Undemocratic? En Schaffer, Frederic (ed.). *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*. Boulder, CO: Lynne Rienner.
- Szwarcberg, Mariela (2015). *Mobilizing Poor Voters. Machine Politics, Clientelism, and Social Networks in Argentina*. Nueva York: Cambridge University Press.

- Valdés, María Eugenia (2001). Elecciones y marginación en México. En Meyenberg, Yolanda (coord.). *El 2 de julio: reflexiones posteriores*. México, D. F.: FLACSO/IIS-UNAM/UAM.
- Weitz-Shapiro, Rebecca (2014). *Curbing Clientelism in Argentina. Politics, Poverty, and Social Policy*. Nueva York: Cambridge University Press.

VOTANTES SOFISTICADOS Y VOTO DIVIDIDO. EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL COMO ELEMENTO CLAVE PARA EXPLICAR LA CULTURA POLÍTICA EN NUEVO LEÓN

Marcela Ávila-Eggleton

INTRODUCCIÓN

El domingo 6 de junio de 2021 se llevó a cabo el proceso electoral para elegir la Gubernatura, 12 Diputaciones Federales de mayoría relativa, 42 Diputaciones Locales (26 de mayoría relativa y 16 de representación proporcional), 51 Presidencias Municipales, 449 Regidurías y 77 Sindicaturas en estado de Nuevo León. El candidato de Movimiento Ciudadano (MC), Samuel García Sepúlveda, resultó electo para ocupar el Poder Ejecutivo estatal con 36.68% de los votos, con una ventaja de 8.72 puntos porcentuales sobre su más cercano competidor, el abanderado de la coalición PRI-PRD (Partido Revolucionario Institucional-Partido de la Revolución Democrática), Adrián de la Garza Santos.

Este proceso electoral da cuenta de diversos elementos que configuran la cultura política nuevoleonesa. En primer lugar, un rechazo en la elección por la Gubernatura de los llamados «partidos tradicionales» que mantuvieron el Gobierno del estado hasta 2015 —Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Partido Acción Nacional (PAN)—. En segundo, un voto diferenciado en la elección del Ejecutivo

y del resto de los cargos —tanto federales como locales— y; en tercer lugar, un voto mayoritario por candidatos *outsiders*¹ (Buisseret y Van Weelden, 2020).

De acuerdo con Jacqueline Peschard el comportamiento político se diferencia de la cultura política debido a que el comportamiento político «se refiere a la conducta objetiva que de alguna manera es expresión de la cultura política. Y es que la cultura política es un componente básico del juego político porque filtra percepciones, determina actitudes e influye en las modalidades de la actuación o el comportamiento políticos» (Peschard, 2020, p. 24). Es claro que el comportamiento electoral es uno de los elementos fundamentales del comportamiento político general, ya que se concretiza periódicamente en cada una de las contiendas por el poder político. En cada elección las y los ciudadanos, con su cultura política a cuestas, toman decisiones para otorgar segmentos del poder político a diversas personas y a distintos partidos. El comportamiento y la cultura políticas son, de alguna manera, las dos caras de una misma moneda.

Con la finalidad de ahondar en la cultura política de los nuevoleonés, este trabajo se divide en tres apartados. En primer lugar, se presenta un breve recorrido por la historia electoral de Nuevo León con el fin de describir algunas de las variables centrales para el análisis. El segundo apartado se centra en un análisis comparado entre el proceso electoral de 2015 y el de 2021, con el objeto de identificar similitudes y diferencias de dos procesos que han modificado radicalmente el comportamiento electoral en la entidad. Para esta investigación, se utiliza como herramienta analítica, además de

1 Se entiende por *outsider* a una persona que logra ingresar a la política y participar con una candidatura en un proceso electoral sin el apoyo de las élites tradicionales de los partidos. Los dos casos que nos ocupan cumplen con el criterio de *outsider* en la medida en que, por un lado, previo al cargo su experiencia política había sido limitada, pero, especialmente, por tratarse de candidatos sin el respaldo de las élites de los partidos políticos tradicionales.

los datos agregados,² el estudio Perfiles del electorado nuevoleonés 2021.³ Finalmente, el tercer apartado muestra una radiografía del electorado nuevoleonés con el fin de explicar patrones de comportamiento electoral, así como evidenciar los elementos centrales de la cultura política en la entidad.

VOTOS Y VOTANTES. NUEVO LEÓN 1997-2021

El estado de Nuevo León vive su primera alternancia en la Gubernatura en la elección de 1997, en la cual Fernando Canales Clariond, candidato del Partido Acción Nacional, vence al abanderado del PRI, José Natividad González Parás (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 1997). A partir de ese proceso electoral se registrarán otras tres alternancias; en 2003 (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2003) con el triunfo del PRI, que se mantendría al frente del Gobierno del estado por dos periodos (2003-2009 y 2009-2015); en 2015 (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016), con la llegada a la Gubernatura de Jaime Rodríguez Calderón como candidato independiente; y en 2021 con el triunfo de Samuel García, abanderado de Movimiento Ciudadano.

La elección de 2015 marca un cambio importante en el electorado nuevoleonés con la llegada del primer Gobernador postulado de manera independiente a nivel nacional. Si bien la trayectoria política de Rodríguez Calderón se había desarrollado en el PRI desde su afiliación a dicho partido en 1980 (Líderes, 2017), su postulación

2 Resultados electorales de elecciones federales y locales.

3 El estudio Perfiles del electorado nuevoleonés 2021 incluye una encuesta con representatividad estatal para la que se aplicaron 1,110 cuestionarios, así como seis grupos de enfoque. Los grupos de enfoque se integraron por tres diferentes grupos de edad (18-30, 31-45 y 46-65) y dos segmentos socioeconómicos (C+ y CD+). Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021).

como independiente genera un cambio importante en el electorado que ha mantenido un comportamiento distinto al observado a nivel nacional en los últimos dos procesos electorales locales.

Jaime Rodríguez Calderón llega a la Gubernatura del estado con 48.8% de los votos, con una diferencia de 26.5 puntos porcentuales con su más cercana competidora; la diferencia más alta desde 1991.⁴ Un segundo elemento por considerar es el comportamiento del electorado en Nuevo León en elecciones federales desde 2000. Si bien desde el triunfo de Canales Clariond en 1997 Acción Nacional no ha podido recuperar la Gubernatura, el partido se ha mantenido fuerte en las elecciones presidenciales. En los procesos electorales de 2000,⁵ 2006⁶ y 2012,⁷ gana en la entidad el abanderado (a) de Acción Nacional; esto es especialmente relevante en 2012 cuando su candidata a la Presidencia de la República, Josefina Vázquez Mota, queda en tercer lugar a nivel nacional y únicamente obtiene la mayoría de los votos en tres entidades, Guanajuato, Nuevo León y Tamaulipas. Para el proceso electoral 2018 destaca que si bien, la Coalición Juntos Haremos Historia ganó en 31 de las 32 entidades,⁸ Nuevo León es el estado con el margen de victoria más estrecho: 2.03 puntos porcentuales.

4 En el proceso electoral de 1991 el candidato del PRI, Sócrates Rizzo García, ganó la Gubernatura con 63.1% de los votos; 29.8 puntos porcentuales por arriba de su más cercano competidor, el candidato de Acción Nacional, Rogelio Sada Zambrano (Instituto de Mercadotecnia y Opinión, 2006).

5 En la elección presidencial de 2000 la coalición encabezada por Acción Nacional ganó en 20 de las 32 entidades, el Partido Revolucionario Institucional en 11 y el PRD 1 (Instituto Nacional Electoral, 2015).

6 En la elección presidencial de 2006 Acción Nacional ganó en 16 de las 32 entidades y la coalición encabezada por el PRD en 17 (Instituto Nacional Electoral, 2015).

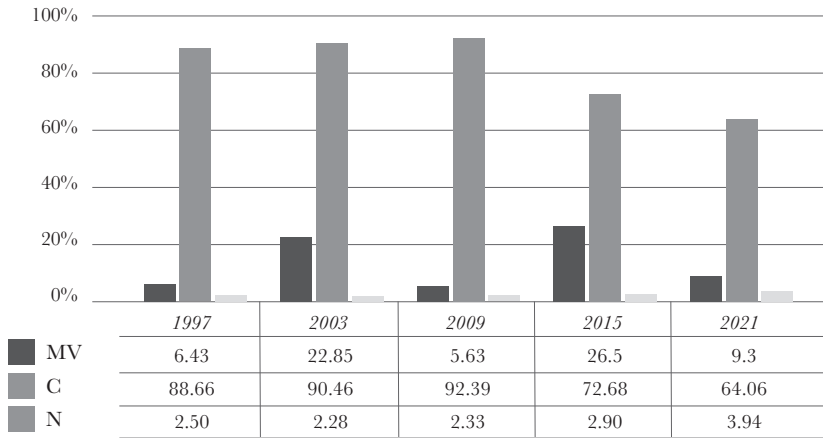
7 En la elección presidencial de 2012 el PRI ganó en 21 entidades, el PAN en 3 y la elección encabezada por el PRD en 8 (Instituto Nacional Electoral, 2015).

8 Guanajuato es la única entidad en la que gana Ricardo Anaya Cortés, candidato de la coalición integrada por el PAN, el PRD y MC (Instituto Nacional Electoral, 2018).

Previo al proceso electoral de 2015, en Nuevo León se había configurado un formato de competencia bipartidista, cuyos principales contendientes eran el PAN y el PRI. Esto se muestra a partir del resultado conjunto de tres indicadores: el número efectivo de partidos, la concentración y el margen de victoria. El índice de concentración (C) (Ocaña y Oñate, 1999, p. 234) muestra la proporción de votos que tienen en conjunto el primer y el segundo lugar. Una mayor concentración se da en sistemas con menor número de partidos relevantes y una menor en sistemas en que el voto se distribuye entre muchos partidos. Este indicador es una medida de estabilidad institucional a partir del supuesto de que a mayor concentración se obtiene una mayor gobernabilidad y viceversa (Ocaña y Oñate, 1999). El número efectivo de partidos (N) indica el número de partidos hipotéticos de igual tamaño que tendrían el mismo efecto en la fraccionalización del sistema de partidos que tiene el número de partidos actual con tamaño variable (Laakso y Taagepera, 1979; Taagepera y Shugart, 1989). Finalmente, el margen de victoria (MV) (Valdés Zurita, 2017) es un indicador de competitividad; se calcula restando el porcentaje de votos del primer lugar menos el del segundo. De acuerdo con este indicador, a menor margen de victoria mayor competitividad y viceversa. Cuando el MV se ubica en un dígito, muestra una competencia en términos democráticos; cuando este es mayor a 10, refleja poca competitividad ya que quien obtiene el triunfo lo hace por un margen amplio.

En el caso de Nuevo León, como muestra la Gráfica 1, la concentración se va incrementando paulatinamente a partir de 1997 y llega a su punto más alto en 2009 cuando el PAN y el PRI, en conjunto, obtienen 92.39% de los votos. El elemento que muestra claramente el bipartidismo es, por un lado, la alta concentración y, por el otro, el nivel alto de competitividad en la elección con un margen de victoria de 5.63, el más bajo del que se tiene registro. Este bipartidismo se ve reflejado en el número efectivo de partidos que pasa de 2.3 en 2009 a 2.9 en 2015 y a 3.9 en 2021.

GRÁFICA 1
CONCENTRACIÓN, NÚMERO EFECTIVO DE PARTIDOS Y COMPETITIVIDAD⁹
ELECCIÓN GUBERNATURA NUEVO LEÓN 1997-2021



Fuente: elaboración propia con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Como se observa en la Gráfica 1, la concentración disminuye significativamente en 2015 hasta llegar a 72.6% con un margen de victoria de 26.5 puntos porcentuales lo que muestra que el bipartidismo que se había conformado hasta 2009 en la elección de la Gubernatura empieza a desdibujarse.¹⁰ Este cambio en el sistema de partidos se observa, asimismo, en el incremento en el número efectivo de partidos que da cuenta de una fragmentación que se mantiene en 2021.

9 En la Gráfica 1, las abreviaturas corresponden a: C: concentración, N: número efectivo de partidos, MV: margen de victoria (medida de competitividad).

10 El índice de concentración da cuenta de los cambios en el formato de competencia. La concentración se incrementa entre 1997 y 2009, lo que muestra una tendencia hacia el bipartidismo; sin embargo, empieza a reducirse en 2015 y llega un histórico 64.06 en 2021 lo que implica un electorado más fragmentado y un formato de competencia de más de dos partidos. Esto se refleja, asimismo, en el número efectivo de partidos que se mantiene en márgenes de entre 2.2 y 2.8 en el periodo 1997-2015, pero en 2021 se incrementa a un 3.9 en la contienda por la Gubernatura.

Los procesos electorales de 2015 y 2021 muestran un cambio radical en el comportamiento electoral de la entidad que se traduce en un voto diferenciado entre la Gubernatura, los escaños legislativos —federales y locales— y los Ayuntamientos. En el caso de la elección de la Gubernatura, se observa un voto por candidatos que son postulados por la vía independiente —en el caso de Jaime Rodríguez Calderón— o bien, por un partido no identificado con las fuerzas políticas predominantes hasta entonces —PAN y PRI— y con escasa fuerza electoral en la entidad.

Los resultados electorales muestran que, a partir de 2015, empiezan a modificarse las preferencias en la elección de la Gubernatura; sin embargo, el bipartidismo PAN-PRI se mantiene en las elecciones legislativas tanto federales como locales, así como en los Ayuntamientos. Jaime Rodríguez Calderón es electo con 48.8% de los votos, seguido por la candidata de la coalición encabezada por el PRI —«Alianza por tu Seguridad» (APTS)¹¹ —, Ivonne Álvarez García con el 23.85% y, en tercer lugar, el candidato del PAN, Felipe de Jesús Cantú, con 22.32%, en un proceso electoral en cual el Congreso Local queda dividido entre el PAN y el PRI. La coalición encabezada por el PRI obtiene 38.1% de los escaños (16 Diputaciones: 10 de mayoría relativa y seis de representación proporcional) y Acción Nacional 40.48% (17 Diputaciones: 14 de mayoría relativa y tres de representación proporcional). En el caso de los Ayuntamientos, el PRI obtiene la mayoría en 15 y, en coalición, siete más, mientras Acción Nacional gana 18. Lo que muestra este resultado es que, a pesar de la alternancia en el Gobierno del estado, el electorado del PAN y el PRI se mantiene fuerte y el voto dividido es una constante.

11 La coalición «Alianza por tu Seguridad» (APTS) estuvo integrada por el PRI, el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), el Partido Nueva Alianza (PANAL) y el Partido Demócrata (este último con registro local) Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2016).

Si bien 2018 implica una debacle para el PAN a nivel nacional, este fenómeno no se reproduce con la misma magnitud a nivel estatal. A pesar de que Morena alcanza una presencia histórica en Nuevo León, el PAN mantuvo su fuerza electoral en la entidad a pesar de perder cuatro de los 16 distritos ganados en 2015, de los cuales tres pasan a manos de Morena (5, 7, 25) y uno —el 4— de Movimiento Ciudadano (MC). En realidad, es el PRI quien pierde ocho de los 10 distritos ganados en 2015 (1, 2, 13, 16, 17, 20, 22, 23) (Comisión Estatal Electoral, 2015; 2018).

2015-2021. DOS PROCESOS, UNA TENDENCIA

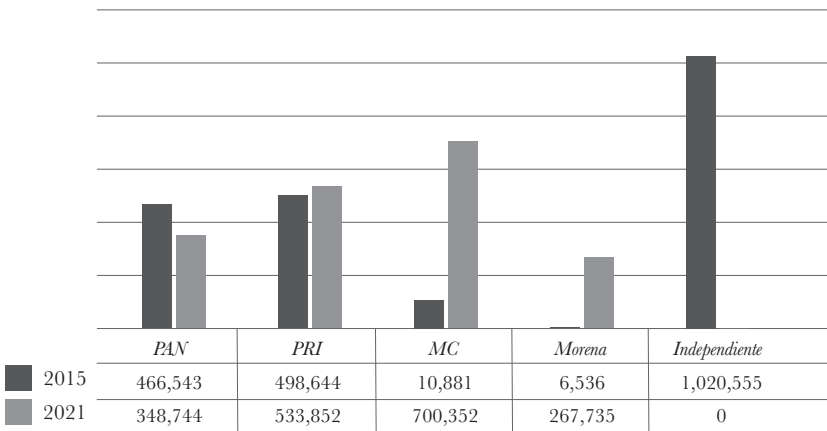
El inicio del proceso electoral 2021 en Nuevo León parecía mostrar que la lucha por la Gubernatura estaría entre la candidata de Morena, Clara Luz Flores, y el del PRI, Adrián de la Garza. Sin embargo, a poco menos de un mes de iniciadas las campañas la candidata de Morena pasa del primero al tercer lugar en las encuestas y empezó a posicionarse el candidato de MC como una alternativa competitiva. Se presentó un fenómeno similar al de 2015, cuando el electorado se vuelca mayoritariamente por un candidato *outsider*. Sin embargo, a diferencia de 2015 en que el electorado debía necesariamente ejercer un voto dividido en caso de elegir a Jaime Rodríguez Calderón como primera opción para la Gubernatura, al tratarse de un candidato independiente, en el caso de 2021, de nuevo se observa un voto diferenciado para la elección de la Gubernatura y los otros cargos en disputa. La elección de Gubernatura muestra un voto por «candidato», mientras que en la de Ayuntamientos, Congreso Local y Diputaciones Federales se mantiene predominante el voto partidario.

Otro elemento que destaca a partir del análisis de datos agregados es la transferencia de votantes. Valdimer Orlando Key (1966) plantea la existencia de tres tipos de votantes. Por un lado, aquellos

que mantienen la preferencia por el mismo partido de una elección a otra, a quienes denomina *standpatters*; en segundo, aquellos que cambian su voto de una elección a otra, llamados *switchers*; y, finalmente, los nuevos votantes que son quienes se incorporan al padrón electoral por primera vez, así como todas aquellas personas que no votaron en la elección anterior.

En el caso de Nuevo León, resulta interesante el análisis tanto de la elección por la Gubernatura como del Congreso Local por el fenómeno de voto dividido. Si se toma como base la elección de la Gubernatura, se observa que tres partidos —o coaliciones— incrementan su votación entre el proceso electoral de 2015 y el de 2021: el PRI, MC y Morena. De acuerdo con el análisis de datos agregados así como de la información individual obtenida de la encuesta y los grupos de enfoque, se puede afirmar que, una parte importante de este resultado es producto de los segmentos de *switchers*

GRÁFICA 2
VOTOS TOTALES POR PARTIDO.
GUBERNATURA 2015-2021

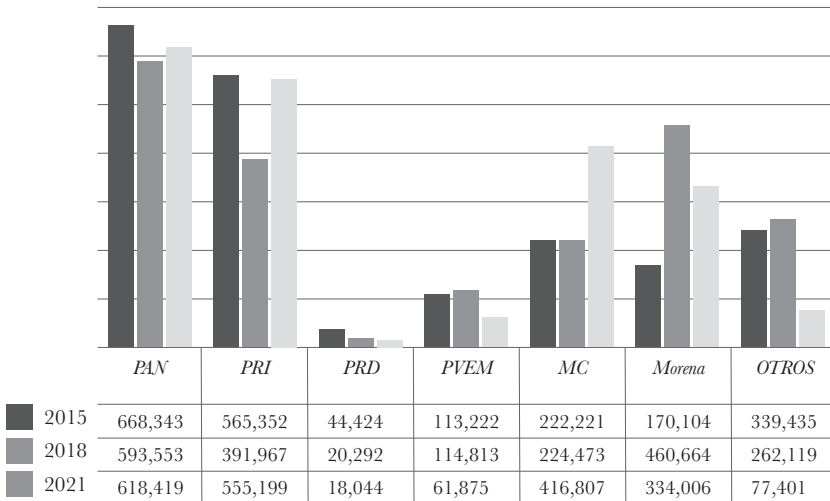


Fuente: elaboración propia con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

—quienes votaron por el candidato independiente en 2015—, así como de nuevos votantes.¹²

Por su parte, en la elección del Congreso Local, se observa un crecimiento únicamente para MC y Morena.

GRÁFICA 3
VOTOS TOTALES POR PARTIDO.
CONGRESO LOCAL 2015-2021



Fuente: elaboración propia con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Sin embargo, al analizar los datos para Congreso Local, es posible comparar la votación con la del proceso electoral de 2018 cuando

¹² Al respecto es importante señalar que se observa una disminución no solo en el porcentaje de participación entre ambos procesos electorales sino, también, del número de votos emitidos. Mientras en 2015 se emitieron 2,090,280 votos, en 2021 se observa una disminución de 181,382 votos.

el efecto de la elección presidencial impacta al resto de las elecciones. Como puede observarse, se da una leve recuperación del PAN (24,866 votos), una recuperación importante del PRI (163,232 votos) y de MC (192,334 votos), así como una muy importante pérdida de votos por parte de Morena (126,658).

¿Cómo explicar esta transferencia de votos? El incremento conjunto en la votación recibida en la contienda por la Gubernatura entre 2015 y 2021 por el PRI, MC y Morena asciende a 927,757 votos, equivalente a 48.6% de la votación total. Por su parte, el PAN, el PES, algunos partidos locales o que perdieron el registro y los independientes tuvieron una pérdida de 1,149,104 votos, esto es, 60.2% de la votación total. Este cambio en la votación de los partidos muestra que un segmento del electorado *switcher* que anteriormente había votado por el PAN podría haber votado por el PRI, pero fundamentalmente mostraría que el segmento del electorado que votó en 2015 por el candidato independiente pudo haber emitido su voto por el PRI, MC y Morena; es probable que haya habido más personas que, habiendo votado en 2015, no votaron en 2021. A pesar de la existencia de nuevos votantes, esta situación es en virtud de que la votación total de 2021 es menor en poco más de 180,000 votos a la de 2015. En cierto sentido, es un fenómeno atípico dado que el Padrón Electoral en México y en Nuevo León¹³ continúa creciendo.

RADIOGRAFÍA DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS

El comportamiento electoral en Nuevo León a partir de 2015 muestra, como se describe en el apartado anterior, un cambio importante, no solo en términos locales sino, también nacionales.

13 Entre 2015 y 2021 la Lista Nominal de Nuevo León creció en 150,760 electores registrados.

Los procesos electorales de 2015 y 2021 muestran un electorado sofisticado¹⁴ (Gomez y Wilson, 2007; Stephenson *et al.*, 2018) que utiliza criterios distintos para elegir cada uno de los cargos en disputa. Más aún, en el caso de Nuevo León, las elecciones de 2015 y 2021 han mostrado un electorado que emite un voto dividido: «independiente» para la Gubernatura y partidista tanto para el Legislativo —estatal y federal— como para la elección de Ayuntamientos.

El voto unificado, esto es, aquel que se emite por el mismo partido para todos los cargos en disputa, es producto, mayoritariamente, de votantes con identificación partidista (*party-oriented*). De acuerdo con Campbell y Miller (1957) existen elementos tanto racionales como empíricos que provocan que la identificación partidista sea un factor clave para explicar el voto unificado. Un voto unificado o en bloque es, fundamentalmente, un voto por el partido a diferencia del voto por un determinado candidato (a) o por temas específicos. Las etiquetas partidistas de las y los candidatos estimulan la cercanía con los partidos que tiene el electorado; es por ello que la identificación partidista juega un papel más importante que las candidaturas y los temas a debate en las campañas. Por el contrario, las y los votantes independientes evidencian los mecanismos utilizados cuando no hay identificación partidista —o bien, esta es muy débil—; se trata de un segmento del electorado relativamente libre de la disciplina partidista lo que, a su vez, genera mayores probabilidades de emitir un voto dividido.

14 Un electorado sofisticado se entiende en contraposición a un electorado simple; esto es, un electorado que suele votar por el mismo partido para todos los cargos en disputa, con base en una identificación partidista o ideológica que funciona como «atajo» en el procesamiento de la información. Por el contrario, un electorado sofisticado es aquel que reflexiona sobre cada uno de los votos que va a emitir y puede o no dárselos al mismo partido. Como señalan Stephenson *et al.* (2018), la relación entre sofisticación del votante y voto estratégico suele ser lineal; la propensión de emitir voto estratégico se incrementa considerablemente a mayor sofisticación del votante. Es de hacer notar que la importancia de los votantes *switchers*, en términos de Valdimer Orlando Key (1966), refuerza la idea del voto estratégico por parte de votantes sofisticados.

El voto dividido (*split-voting*) es un fenómeno cuya explicación divide al sector académico en dos grupos. Por un lado, están quienes sostienen que es producto del voto estratégico, en el cual las y los ciudadanos dividen su voto con la finalidad de establecer pesos y contrapesos al poder político —fundamentalmente una división entre el Ejecutivo y el Legislativo—; y, por el otro, se explica como resultado de características estructurales del sistema electoral —asociados a sistemas presidenciales¹⁵ con formatos de competencia bipartidistas— y fuerzas electorales de corto plazo¹⁶ (Burden y Kimball, 2004). En el caso de Nuevo León, la evidencia empírica apunta al argumento estratégico, sin embargo, integra un elemento adicional, lo que Helmke (2009) denomina «seguro electoral».

Helmke (2009) vincula la incertidumbre del electorado en torno al cambio electoral con el voto dividido a partir del supuesto de que un voto diferenciado para el Ejecutivo y el Legislativo tendría por objeto mitigar el riesgo de la llegada al poder de un candidato (a) poco conocido o con poca trayectoria o experiencia política. Bajo este supuesto, el electorado, a partir del voto diferenciado entre Ejecutivo y Legislativo a nivel subnacional, estaría buscando un Gobierno dividido —a partir de un comportamiento claramente estratégico—, pero su motivación para ello no sería, como plantean los

15 En sistemas parlamentarios no es posible emitir votos separados para el Ejecutivo y el Legislativo, dado que el Ejecutivo es ocupado por el partido que obtiene la mayoría en la elección legislativa.

16 Burden y Kimball (2004) señalan que cuando se enfrentan un titular bien conocido y financiado contra un retador poco conocido y mal financiado la desigualdad se agudiza y se limitan las posibilidades de triunfo del retador. Más aún, a mayor competitividad en las campañas —cuando las y los candidatos buscan comunicarse con su electorado— mayor probabilidad de que el electorado emita un voto más cercano a sus preferencias temáticas y afiliaciones partidarias. En el caso mexicano, la figura del «incumbent», así como el financiamiento, están acotados, sin embargo, ambas variables —desigualdad y competitividad— tienen efectos electorales.

argumentos *madisonianos*¹⁷ para equilibrar políticas, sino «para cubrir sus apuestas contra las incertidumbres asociadas con el cambio electoral» (Helmke, 2009, p. 71).¹⁸

La primera evidencia de este comportamiento electoral se vislumbra en la elección de 2015, cuando resulta electo Jaime Rodríguez Calderón y se refuerza con la elección de Samuel García Sepúlveda en 2021. En ambos procesos electorales se observa un electorado que vota *partidistamente* en la elección legislativa y *estratégicamente* en la ejecutiva. Las siguientes gráficas dan cuenta de ello a partir de comparar la proporción de votos por partido para cada uno de los cargos en disputa en los dos procesos electorales señalados.

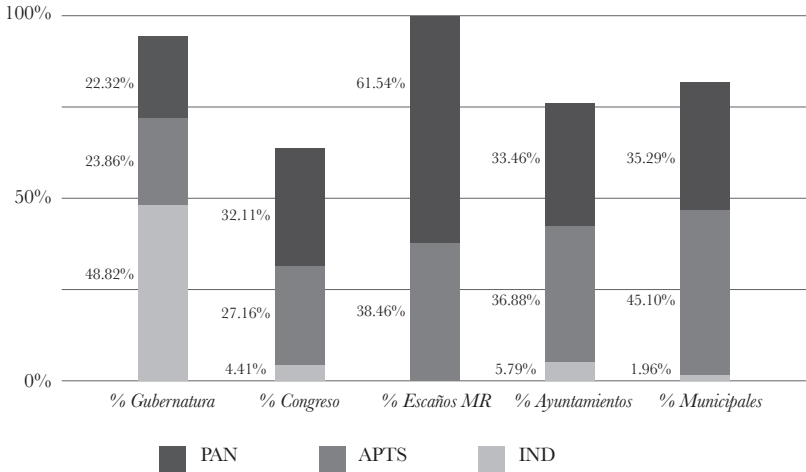
Como se observa en la Gráfica 4 el porcentaje de votos obtenido por Jaime Rodríguez Calderón es mucho mayor que el que obtienen candidatos independientes tanto para el Congreso Local como para los Ayuntamientos,¹⁹ lo que muestra la diferencia entre el voto por la Gubernatura y el resto de los cargos en disputa. Sin embargo, en el

17 El planteamiento del «madisonismo cognitivo» surge del supuesto de que, de acuerdo con la teoría de separación de poderes y del establecimiento de pesos y contrapesos en la que se basa la noción de república en los Estados Unidos de América, el electorado tiende a ver como algo positivo el dividir el poder (fundamentalmente el voto por el Ejecutivo y el Legislativo) con el argumento de que es una decisión consciente producto de la noción de que es deseable establecer contrapesos al poder del Presidente, así como control a las políticas como garante del equilibrio democrático (Ladd, 1990). Al respecto hay diversos estudios entre los que destaca el de Beck y Nadeau (2004).

18 El trabajo citado se centra en la elección presidencial de 2000 en México y argumenta que, en el contexto mexicano «marcado durante mucho tiempo por la autocracia de un solo partido, la división de boletas proporcionó a los votantes en 2000 un medio para apoyar a la oposición sin abandonar por completo la seguridad del partido que conocían» (Helmke, 2009, p. 71). La evidencia de los datos agregados en el caso de los procesos electorales en Nuevo León 2015 y 2021 dan cuenta de un fenómeno similar.

19 En el caso de Rodríguez Calderón no es posible comparar su fuerza electoral en la contienda por la Gubernatura con quienes se postularon de manera independiente para otros cargos, ya se no se trata de un partido o fuerza política determinada, sirve con fines comparativos, así como para probar la diferencia entre voto estratégico para la Gubernatura y partidista para los otros cargos en disputa.

GRÁFICA 4
 PROPORCIÓN DE VOTOS POR PARTIDO Y TIPO DE CARGO. 2015



Fuente: elaboración propia con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

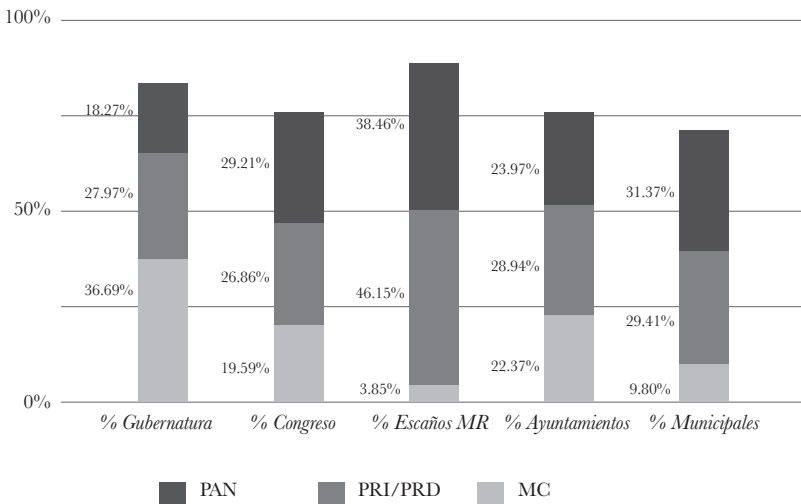
caso de la «Alianza por tu Seguridad» (PRI, PVEM, NA²⁰ y PD²¹), la cual se constituyó como segunda fuerza en la elección por la Gubernatura se observa, por un lado, que su peor desempeño fue en la elección por el Ejecutivo. En el caso de la elección de Congreso Local, si bien no alcanza 28% de los votos, su distribución territorial le permite ganar 38.4% de los escaños de mayoría relativa. En el caso de la elección de Ayuntamientos se mantiene por arriba de 36% de los votos y obtiene 45.1% de las Presidencias Municipales en disputa. En el caso de Acción Nacional se observa un fenómeno similar, su votación más baja en la contienda por la Gubernatura, pero se mantiene por encima del 32% en la elección legislativa y de Ayuntamientos.

20 El Partido Nueva Alianza (NA) perdió su registro nacional en 2018, pero mantuvo el registro local en Nuevo León hasta 2021.

21 El Partido Demócrata (PD) era un partido con registro local en Nuevo León.

La Gráfica 5 muestra un comportamiento similar en 2021 al de 2015. Una votación estratégica en la elección por la Gobernatura, cuando MC alcanza 36.6% de los votos, pero que no llega a 20% en la elección del Congreso Local y únicamente obtiene 3.8% de los escaños de MR. Asimismo, si bien obtiene 22.3% en la elección de Ayuntamientos, esto se debe al peso en términos de votos que implica ganar el municipio de Monterrey, el cual concentra 19.75% de la población del estado (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2020). Por esa razón, a pesar de tener una votación agregada de 22.3%, únicamente gana 9.8% de las Presidencias Municipales.²²

GRÁFICA 5
PROPORCIÓN DE VOTOS POR PARTIDO Y TIPO DE CARGO. 2021



Fuente: elaboración propia con datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

22 Movimiento Ciudadano obtiene el triunfo en cinco Ayuntamientos: Los Aldamas, Hidalgo, Monterrey, Salinas Victoria y Sabinas Hidalgo.

En el caso del PAN y el PRI, el comportamiento es similar al de 2015 tanto en votos por distrito electoral como en votos para Ayuntamientos, lo que habla, por un lado, de esta diferencia entre voto estratégico y voto partidista que se ha señalado con anterioridad y, por otro, de un voto duro de ambos partidos que, si bien no se refleja en la elección de la Gubernatura, está presente en los distritos de mayoría relativa —especialmente en el caso del PRI que obtiene 46.1% de los escaños— y municipios a pesar de haber disminuido entre 2015 y 2018.

Si bien este comportamiento se expresa y puede analizarse a partir de datos agregados, los datos individuales lo corroboran. La encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral (Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2021), así como en la serie de grupos de enfoque realizados por encargo de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León con el fin de caracterizar la cultura política de la ciudadanía de Nuevo León. Ambos ejercicios retratan claramente el perfil de un segmento del electorado que se comporta estratégicamente. Este segmento se asocia, principalmente con voto sofisticado que ha ido dejando paulatinamente en el pasado la tendencia a votar por un solo partido por todos los cargos.

En primer lugar, la encuesta muestra la proporción de la población que vota en bloque y aquella que emite un voto diferenciado.

De acuerdo con la encuesta, el segmento de votantes que afirman votar dependiendo del candidato es ampliamente mayoritario, con casi poco más de 40 puntos porcentuales de diferencia con el segmento del electorado que vota por el mismo partido. Al analizar los grupos de enfoque aplicados, se observa que en los tres rangos de edad considerados (18 a 30, 31 a 45 y 46 a 65) en los dos grupos socioeconómicos aplicados (C+ y CD+) hay consciencia de la existencia del voto dividido y, en su gran mayoría, las y los participantes afirman haber hecho uso de él.

TABLA 1
FRECUENCIAS DE VOTO DIVIDIDO

En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras personas que votan por distintos partidos políticos dependiendo del candidato/a.
¿Usted con cuál se identifica más?

		<i>Porcentaje</i>
Válidos	<i>Vota por el mismo partido político</i>	27.5
	<i>Vota dependiendo del candidato</i>	64.9
	<i>Total</i>	92.3
Perdidos	<i>No sabe.</i>	5.3
	<i>No contestó.</i>	2.3
	<i>Total</i>	7.7
Total		100

Fuente: elaboración propia con base en la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

El análisis de los resultados de la encuesta permite identificar dos elementos interesantes. En primer lugar, el voto dividido²³ se relaciona con edad; los que votan por el mismo partido tienen mayor edad (promedio 44.5 años). A este respecto, los grupos de enfoque muestran que el voto dividido es una práctica más común en los dos primeros grupos de edad (18-30 y 31-45); en el caso de las personas mayores de 45 se manifiesta un interés por dividir el voto a partir de los últimos dos procesos electorales (2015 y 2018). A este respecto resulta importante mencionar que cuando se cuestiona

23 El voto dividido puede medirse con base en la pregunta P6 «En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras personas que votan por distintos partidos políticos, dependiendo del candidato/a. ¿Usted con cuál se identifica más?».

en torno a las candidaturas independientes, en particular, la del ex Gobernador Jaime Rodríguez Calderón, las personas que participaron en los seis grupos de enfoque manifiestan desencanto por las candidaturas independientes,²⁴ tienen una evaluación negativa de la gestión del ex Gobernador, refieren que hay poca —o nula— diferencia entre quienes contienden de manera independiente y quienes contienden abanderando un partido; sin embargo, aceptan haber votado por él y justifican en parte su desempeño producto de la falta de apoyo de las élites tradicionales de los partidos, particularmente representadas por quien ocupa la Presidencia de la república, así como las y los representantes en el legislativo estatal y federal.

Se observa, asimismo, que esta variable no se relaciona con género; esto es, no hay una diferencia significativa entre hombres y mujeres con respecto a dividir el voto o votar en bloque. Sin embargo, la encuesta muestra una relación con el ingreso. Aquellas personas que más votan por partido son quienes se ubican en un rango de ingreso de entre 5,500 y 7,000 pesos mensuales como muestra la siguiente gráfica. La información que brindan los grupos de enfoque muestra, en correspondencia con la encuesta, que a mayor edad y menor nivel socioeconómico hay una menor tendencia a dividir el voto.^{25 26}

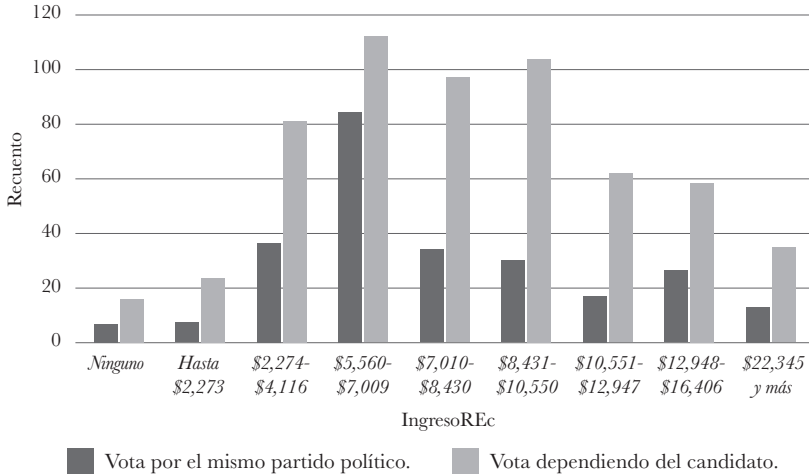
24 El comentario más constante en los tres grupos de edad y los dos segmentos socioeconómicos es que Jaime Rodríguez Calderón fue buen candidato, pero no hizo nada al llegar al Ejecutivo estatal. Asimismo, afirman que, producto de su gestión, se «confiará» menos en quienes se postulen por la vía independiente y que, al igual que quienes contienden por partidos, prometen, pero no cumplen las promesas de campaña: «Todos son iguales». Sin embargo, en cierto sentido se muestran favorables a que la presencia de candidatos independientes debilite a los partidos tradicionales.

25 Prueba chi cuadrada. Relación significativa con valor P de .002.

26 A este respecto destaca, en las transcripciones de los grupos de enfoque, que en el grupo de 46 a 65 CD+ varias de las personas entrevistadas señalan que «antes» votaban siempre por el PRI pero que, ahora, emiten un voto más razonado. Asimismo, afirman

GRÁFICA 6
VOTO DIVIDIDO E INGRESO

En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras personas que votan por distintos partidos políticos, dependiendo del candidato/a, ¿usted con cuál se identifica más?



Fuente: elaboración propia con base en la encuesta *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral*.

El voto dividido también está relacionado con la escolaridad.²⁷ Como puede observarse en la Gráfica 6, los segmentos en los cuales hay más voto por partido son aquellas personas que tienen primaria completa y secundaria incompleta con porcentajes por arriba de 40%. Por su parte, aquellas personas con estudios de especialidad y posgrado representan el segmento que menos vota por el mismo

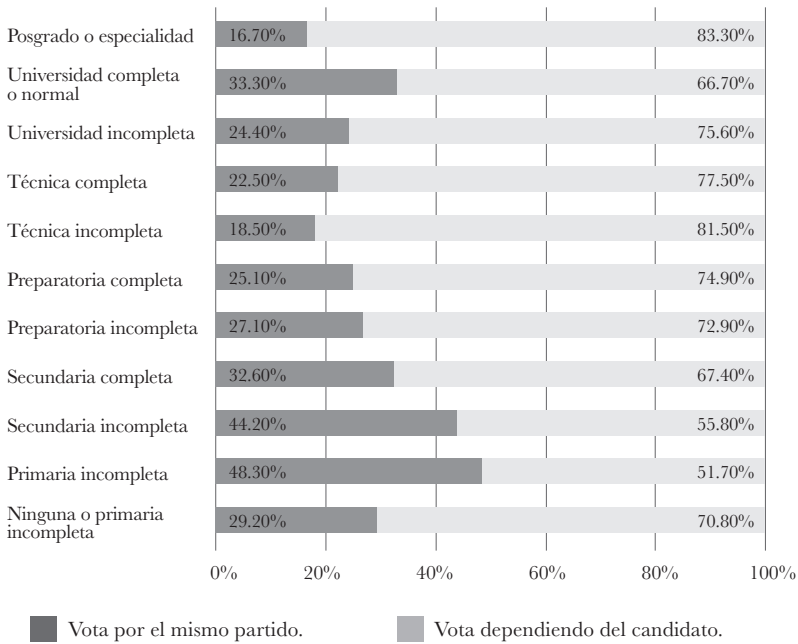
que «en la última elección [2015] ya no votaron parejo». Este último comentario resulta relevante especialmente si considera que el número de votos que obtuvo en 2015 Jaime Rodríguez Calderón fue 31.3% mayor que el que consiguió Samuel García en 2021, lo cual sugiere que la desilusión producto de la evaluación del Gobierno de Rodríguez Calderón pudiera haber incidido en el retorno de ciertos sectores al voto partidista.

27 Prueba chi cuadrada. Relación significativa con valor P de .005.

partido con 16.7%. Si bien, como puede observarse, no se trata de una relación perfectamente lineal, sí muestra que aquellas personas con menos niveles de escolaridad tienden a votar por el mismo partido, mientras que quienes tienen más niveles de escolaridad votan en función de las candidaturas. Esto mismo se refleja en los grupos de enfoque en la diferencia entre los grupos C+ y CD+.

Se observa también una correlación con participación²⁸ que muestra que quienes votan en función de la o el candidato tienden

GRÁFICA 7
TIPO DE VOTO Y ESCOLARIDAD



Fuente: elaboración propia con base en la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

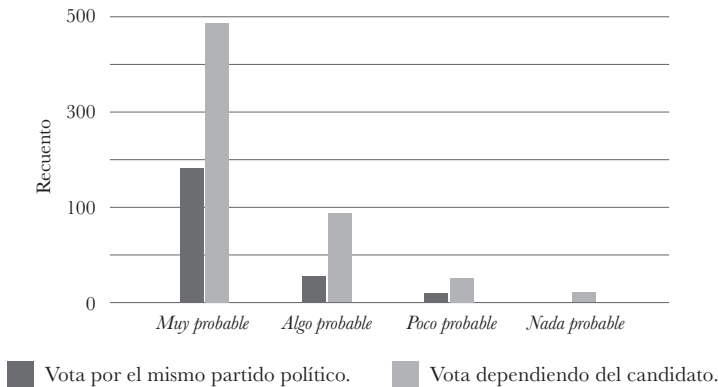
28 Prueba chi cuadrada. Relación significativa con valor P de .003.

a participar menos en las elecciones frente a quienes votan por el mismo partido, lo cual refuerza la permanencia del partidismo de un segmento importante del electorado.

Un elemento adicional que refleja la cultura política del electorado nuevoleonés se vincula con la participación política de las mujeres. En los seis grupos de enfoque se muestran dos elementos que podrían asociarse al votante sofisticado o bien, en términos de cultura política, a una cultura política participativa —en términos de Almond y Verba (1963)—. Por un lado, la diferencia que, en función de edad y segmento socioeconómico, se observa con respecto a la participación de las mujeres en las candidaturas. Hay dos elementos que refuerzan un modelo de cultura política participativa, por un lado, el rechazo al uso político de las candidaturas de mujeres

GRÁFICA 8
VOTO DIVIDIDO E INGRESO

En las elecciones hay personas que votan por el mismo partido político para todos los puestos y hay otras personas que votan por distintos partidos políticos, dependiendo del candidato/a, ¿usted con cuál se identifica más?



Fuente: elaboración propia con base en la encuesta *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral*.

(ya sea para cubrir cuotas o para «vender»); y, por otro, un rechazo generalizado a la candidatura de Clara Luz Flores, que, a juicio de las personas entrevistadas refleja, por una parte, la corrupción de los partidos tradicionales y, por la otra, las prácticas clientelares que le imputan a Morena.²⁹

CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo busca coadyuvar a la explicación, con base en el comportamiento electoral, de la cultura política en Nuevo León, la cual, en los últimos seis años ha mostrado un cambio importante con relación

29 En concurrencia con lo mostrado por la encuesta, el grupo 18-30 años C+ es el que está más de acuerdo con la participación de las mujeres: «Está bien que las mujeres se postulen porque llevan la agenda de las mujeres (aborto, violencia); «El problema es a qué mujeres postulan»; «Depende del partido y de la persona, no si es hombre o mujer»; «La mentalidad machista dificulta que las mujeres lleguen a cargos; especialmente en gente de mayor edad». El Grupo 18-30 años CD+ muestra mayores resistencias: «Está bien que participen pero algunas no se ven muy formales; los partidos no se van por las que están preparadas»; «Que bueno que tengan más oportunidades, habrá que ver si cumplen»; «Está bien pero la figura de Clara Luz ha contaminado a las candidatas»; «Algunas usan la condición de mujer para obtener más beneficios»; «Siempre le dan prioridad a los hombres para los puestos de mayor responsabilidad»; «Tenemos una cultura machista, por eso hay obstáculos para las mujeres»; «Las mujeres se centran más en los temas de familia y evitan temas como la seguridad y la violencia»; «Las mujeres seguirán postulándose, pero no van a ganar por el machismo; pero no dejarán la política por intereses personales porque el esposo o hermanos pueden ser políticos»; «Lo importante al votar por un candidato es su experiencia y preparación». A mayor edad, mayor resistencia, como muestra el Grupo 31-45 años C+: «Usan a las mujeres solo para vender»; «Está bien que lleguen las que se lo ganaron, pero no quienes llegaron por la cuota de género / obligan a los partidos a ponerlas»; «Hay candidatas que son muy manipulables»; «Lo de la participación de las mujeres es pura apariencia; les dicen qué decir»; «El machismo es cultural, los latinos no estarían de acuerdo con que una mujer mande en política». En el mismo grupo de edad pero en el segmento CD+ se observa aún más resistencia: «A muchas las manejan para participar, a la mayoría»; «Las mujeres pueden hacer las cosas igual que los hombres»; «Es importante que si una mujer se lanza, su esposo no tenga cargo público porque la maneja»; «Antes había muchos obstáculos

al comportamiento electoral observado en el resto del país. En el caso de Nuevo León, tanto los datos agregados (resultados electorales) como los individuales (encuestas y grupos de enfoque) muestran un electorado sofisticado que se «arriesga» a votar en la elección de la Gubernatura por alternativas de las cuales tiene poca información —ya sea por presentarse sin el membrete de un partido, o bien, por tener escasa trayectoria política o ser postulado por un partido con escasa presencia en el estado—, pero establece límites a ese poder a través de un voto por los partidos tradicionales tanto en las Diputaciones —Federales y Locales— como en la elección de Ayuntamientos.

A partir del planteamiento de Helmke (2009) se argumenta, con base en los datos empíricos, que la incertidumbre sobre candidatos poco conocidos lleva a un segmento importante del electorado a «equilibrar» su decisión estableciendo contrapesos a partir de los partidos que ya conocen, pero a quienes no quieren ver regresar al Ejecutivo estatal. De este modo, optaron por votar —en dos ocasiones— por un candidato a la Gubernatura desconocido, usando su voto en el congreso para mantener al PRI y al PAN en el poder como mecanismo de control.

para las mujeres pero ya no». En el grupo de 46 a 65 años, en el segmento C+, destaca más escepticismo en torno a la clase política que en los grupos de edad previos: «Algunas son títeres; otras no se involucran porque la política es muy sucia»; «Hay desencanto porque no se lo están tomando en serio; hay artistas y la hija de Félix Salgado»; «Está bien que se integren, pero no se ha tenido una candidata mujer que tenga peso»; «En el futuro habrá más seriedad porque las mujeres se están preparando»; «Algunas parecen verduleras; denigran a la mujer»; «Las meten de relleno para cumplir con la paridad». El segmento 46-65 años CD+ es el que muestra menos posiciones al respecto: «Ya hay más mujeres en cargos públicos»; «Ya hay más mujeres en cargos públicos»; «Donde hay más mujeres es en Desarrollo Social». Este segmento es también, el que pareciera tener mayor identificación con los partidos tradicionales, varios de sus integrantes expresan que no votarían por Clara Luz Flores, ni por Morena, ni por Samuel García, ni por MC. Destaca, empero, en este apartado del grupo de enfoque, que a pesar de que no se pregunta sobre partidismo, en los seis grupos hay, al menos, una mención que afirma que no votarían por Morena, quizá asociado a la candidatura de Clara Luz Flores.

Desde esta perspectiva, el votante nuevoleonés ha decidido por opciones políticas que equilibren el poder, no en virtud de la apuesta madisoniana, sino para darle oportunidad a actores poco conocidos en el Poder Ejecutivo y asegurar la estabilidad del sistema al mantener a los partidos tradicionales como fuerzas dominantes en el Poder Legislativo. En este sentido, ese comportamiento no responde a la lógica tradicional del voto estratégico de apostar por el triunfo de un candidato, sin poner atención en sus contrapesos, sino a un ejercicio de voto sofisticado que, apuesta justamente, por contrapesos que ofrezcan estabilidad política.

El análisis de los datos agregados y de las opiniones individuales expresadas a través de encuestas y grupos de enfoque en este caso coinciden. No siempre es así, pues con cierta frecuencia las opiniones vertidas de manera individual se apartan de las grandes tendencias del comportamiento electoral que se expresan a través del voto. En Nuevo León las elecciones de 2015 y 2021 muestran a un electorado que expresa tanto por su voto como en sus opiniones una conducta sofisticada que utiliza el voto estratégico y busca mantener la estabilidad institucional.

Los anteriores son componentes de una cultura política que si bien se ha transformado a lo largo de cinco lustros ya se puede definir como evidentemente democrática. Las y los nuevoleonéses saben que pueden cambiar de Gobierno e, incluso, llevar opciones novedosas a las responsabilidades gubernativas, pero cuidan, a través de los contrapesos legislativos, la estabilidad institucional. Por supuesto eso se puede deducir con facilidad al analizar los datos agregados de las elecciones de 2015 y 2021 e, incluso, evaluando el comportamiento de los votantes consistentes y aquellos que cambiaron su preferencia electoral; como se ha mostrado en este trabajo. A la misma conclusión se arriba estudiando el contenido de las expresiones recabadas a través de las encuestas y los grupos de enfoque. Por supuesto, en esas expresiones aparecen elementos que se pueden considerar integrantes del folclore político de una sociedad, la cual no solo ha hecho

suyas las prácticas democráticas, sino que, además, tiene plena consciencia de la relevancia de dividir su voto y propiciar escenarios de Gobiernos con contrapesos para fortalecer la vida democrática en esta entidad.

La sofisticación política de las y los ciudadanos de Nuevo León y su tendencia a dividir sus preferencias electorales son evidente muestra de que la cultura política democrática ya forma parte de la cotidianeidad de la participación ciudadana fundamentalmente a través del voto en las contiendas por el poder político en México.

REFERENCIAS

- Almond, Gabriel A. y Verba, Sidney (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, NJ.: Princeton University Press.
- Lewis-Beck, Michael S. y Nadeau, Richard (2004). «Split-ticket voting: The effects of cognitive madisonianism», *The Journal of Politics*, vol. 66, no. 1, pp. 97–112. Recuperado de <https://doi.org/10.1046/j.1468-2508.2004.00143.x>
- Brancati, Dawn (2008). «Winning alone: The electoral fate of Independent Candidates Worldwide», *The Journal of Politics*, vol. 70, no. 3, pp. 648–662. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/s0022381608080675>
- Buisseret, Peter, y Van Weelden, Richard (2020). «Crashing the Party? elites, outsiders, and elections», *American Journal of Political Science*, vol. 64, no. 2, pp. 356–370. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/ajps.12457>
- Burden, Barry C. y Kimball, David C. (2004). *Why Americans split their tickets: Campaigns, competition, and Divided Government*. Ann Arbor, MI.: University of Michigan Press.
- Campbell, Angus (1960). «Surge and decline: A study of electoral change», *Public Opinion Quarterly*, vol. 24, no. 3, pp. 397-418. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/266960>
- Campbell, Angus y Miller, Warren E. (1957). «The motivational basis of straight and split ticket voting», *American Political Science Review*, vol. 51, no. 2, pp. 293-312. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/1952193>
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (1991). *Memoria, Estadística y Reflexiones del Proceso Electoral. Elecciones de Diputados Locales, Gobernador y Ayuntamientos*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León .
- (1997). *Memoria, Estadística y Reflexiones del Proceso Electoral. Elecciones de Diputados Locales, Gobernador y Ayuntamientos*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León .
- (2003). *Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2003. Memorias Estadísticas y Resultados por Casilla*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León .

- (2015). Cómputo 2015. Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Recuperado de http://computo2015oficial.ceenl.mx/m_index.html
- (2016). *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- (2018). Cómputo 2018. Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Recuperado de <https://computo2018.ceenl.mx/R02D.htm>
- (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León .
- Gomez, Brad T. y Wilson, J. Matthew (2007). «Economic voting and political sophistication», *Political Research Quarterly*, vol. 60, no. 3, pp. 555–558. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1065912907304642>
- Helmke, Gretchen (2009). «Ticket splitting as Electoral Insurance: The Mexico 2000 elections», *Electoral Studies*, vol. 28, no. 1, pp. 70–78. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2008.06.009>
- Instituto de Mercadotecnia y Opinión (2006). Resultados de la elección para Gobernador en el Estado, Nuevo León. Recuperado el 12 de octubre de 2021 de https://web.archive.org/web/20060907133727/http://www.imocorp.com.mx/CAMPO/ZSIEM/ELEC_X_ANIO/RESULTADOSWEB.ASP?IDELECCION=69
- Instituto Nacional Electoral (2015). Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones Federales 2014-2015. Atlas de Resultados de las Elecciones Federales 1991-2015. Instituto Nacional Electoral.
- (2018). Sistema de Consulta de la Estadística del Proceso Electoral 2017-2018. Instituto Nacional Electoral.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). Información del Censo de Población y Vivienda 2020. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Karp, Jeffrey A. y Garland, Marshall W. (2007). «Ideological ambiguity and split ticket voting», *Political Research Quarterly*, vol. 60, no. 4, pp. 722–732. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1065912907306761>
- Key, Valdimer Orlando (1966). *The Responsible Electorate. Rationality in Presidential Voting 1936-1960*. Cambridge: Harvard University Press.

- Laakso, Markku y Taagepera, Rein (1979). «“Effective” number of parties. A measure with application to West Europe», *Comparative Political Studies*, vol. 12, no. 1, pp. 3–27. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/001041407901200101>
- Ladd, Everett Carl (1990). «Public Opinion and the “Congress Problem”», *The Public Interest*, no. 100, Summer, pp 57–67.
- Líderes (2017). «Jaime Heliodoro “El Bronco” Rodríguez Calderón», *Líderes. Los 300: Poder Ejecutivo*, no. 241.
- Moser, Robert G., y Scheiner, Ethan (2009). «Strategic voting in established and new democracies: Ticket splitting in mixed-member Electoral Systems», *Electoral Studies*, vol. 28, no. 1, pp. 51–61. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2008.06.011>
- Ocaña, Francisco A., y Oñate, Pablo (1999). «Índices e indicadores del sistema electoral y del sistema de partidos. Una propuesta informática para su cálculo», *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, no. 86, pp. 223-245. Recuperado de <https://doi.org/10.2307/40184151>
- Peschard, Jacqueline (2020). *La cultura política democrática*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- Stephenson, Laura B., Aldrich, John H. y Blais, André (eds.) (2018). *The many faces of strategic voting: Tactical Behavior in electoral systems around the world*. Ann Arbor, MI.: University of Michigan Press.
- Taagepera, Rein, y Shugart, Matthew Soberg (1991). *Seats and votes: The effects and determinants of Electoral Systems*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Valdés Zurita, Leonardo (2017). *Reformas electorales en México: consecuencias políticas 1978-1991*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

VOTO CRUZADO 2021: PARTICIPACIÓN ELECTORAL, CULTURA POLÍTICA Y GOBIERNOS DIVIDIDOS EN NUEVO LEÓN

Ana Claudia Coutigno Ramírez y Víctor Alejandro Espinoza Valle

INTRODUCCIÓN

El estado de Nuevo León, la primera entidad de la república mexicana en ser gobernada por una candidatura independiente (2015), representó una nueva experiencia en la administración pública y, por tanto, una expectativa de la ciudadanía por mejorar sus condiciones de vida. Captar los cambios o continuidades en la percepción de la población nuevoleonesa resulta fundamental, particularmente durante esta administración, en tanto los motivos que llevaron a los electores a elegir de nuevo una candidatura a la Gubernatura estatal emanada de un partido político, y la integración del Poder Legislativo por candidatos de partidos diferentes al elegido como Gobernador.

Es importante destacar que una característica del comportamiento electoral en nuestro país es el incremento del voto cruzado, dividido o diferenciado, comprendido este por el ejercicio del sufragio en forma distinta para cada cargo de elección popular. Aspecto que en el pasado reciente resultaba congruente a una orientación transversal partidista, es decir, el voto alineado a un solo partido para todos los cargos. En el caso de Nuevo León los datos analizados demues-

tran fehacientemente la nueva tendencia en la orientación del voto muy semejante a la nacional.

El objetivo del presente capítulo se centra en el análisis de la tendencia que la ciudadanía nuevoleonesa dio a su voto en las elecciones recientes, de manera especial en los comicios del 6 de junio de 2021, y así aproximarnos al sentido o la forma en que dicha población está perfilando sus preferencias de sufragio.

Varias son las variables que condicionan un comportamiento electoral diferenciado o el voto cruzado. En primer lugar, está la condición de la desafección ciudadana hacia la clase política en general y a los partidos políticos, lo que lleva a que al electorado se guíe más por los perfiles personales que por programas o partidos que los respaldan. Esto es válido sobre todo en el caso de cargos en disputa que más se personalizan como candidaturas a Gubernaturas o Alcaldías. En cambio, para las Diputaciones es más difícil que la ciudadanía conozca todas las candidaturas de su distrito, lo que incrementa la probabilidad de votar por las siglas del partido, y puede tener mayor impacto en la decisión del voto la tradición electoral familiar.

Una segunda variable es la asociada a la concurrencia electoral, fenómeno creciente en México ante la alineación de las elecciones federales y estatales para que coincidan en una misma fecha. Antes se trataba de una excepción, pero actualmente prácticamente hay plena concurrencia, mostrado en las elecciones del 6 de junio de 2021 una coincidencia electoral en las 32 entidades del país. Además de las economías implícitas para los órganos electorales, prevalecía una hipótesis que sostenía que con la coincidencia electoral las preferencias se uniformaban; supuesto que se ha ido disprobando progresivamente, por lo menos desde las elecciones de 2006 así se hizo notar (Espinoza Valle, 2007, p. 189).

A partir del análisis de los resultados de las elecciones locales en el estado de Nuevo León en 2015 y 2021, aunado con las caracterizaciones obtenidas por la encuesta sobre el *Perfil del electorado nuevoleonés*,

es posible adentrarnos a la discusión en torno a la orientación de los votos de la ciudadanía respecto de la presencia de un entrecruzamiento o diferenciación de las preferencias político-electorales, debido al tipo de cargo a ser elegido en dicha entidad.

El presente capítulo se encuentra dividido en dos apartados. En el primero de ellos, Participación y votos en Nuevo León, se muestra la forma en que durante los últimos años han participado el electorado nuevoleonense en los tres tipos de elecciones: Gubernatura, Alcaldías y Diputaciones. Los promedios de participación en las urnas son sostenidamente altos en comparación con la media nacional. Como preámbulo, la alta participación electoral también se ha reflejado en las alternancias que se han dado a partir de 1997 con el triunfo de la candidatura del panista Fernando Canales Clariond. Sin embargo, en dos periodos posteriores 2003-2009 y 2009-2015, dos abanderados del PRI se alzaron con el triunfo: Natividad González Parás y Rodrigo Medina de la Cruz.

Es en 2015 cuando por primera ocasión alguien por la vía independiente ganara la Gubernatura para el periodo 2015-2021: Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, El Bronco. La gran sorpresa sería el triunfo del aspirante de Movimiento Ciudadano, Samuel García Sepúlveda, para el relevo, en la elección del 6 de junio de 2021. Sin embargo, una vez más, como viene sucediendo desde 2009, se conformó un nuevo Gobierno dividido. En el segundo apartado, La perspectiva del electorado nuevoleonés, 2021, se analizan y sistematizan los resultados de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral; sobre todo en aquellos reactivos que permiten explicar las razones del voto cruzado en la entidad. Para ello se revisan también las dos encuestas previas publicadas en 2009 y 2019: Perfil del elector neoleonés y Perfiles del electorado nuevoleonés, publicados bajo el sello editorial de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León (Vázquez Ferrel *et al.*, 2007) y (Díaz Domínguez y Vázquez Ferrel, 2019).

Estos estudios muestran la mayor disposición de los jóvenes a dividir su voto, ante lo denominado como «voto racional». Según esta interpretación, habría una decisión razonada acerca de a quién otorgar el sufragio a partir de lo que representa dicha candidatura (Fernández de Mantilla, 2008). Lo cierto es que en la encuesta sobre el Perfil del electorado nuevoleonés aporta evidencias de que ya es parte de su cultura política, el emitir votos diferenciados o cruzados.¹

Las implicaciones del voto cruzado son variadas. En primer lugar, en gran medida no hay garantía de que un partido político vaya a imponerse en los diferentes tipos de elecciones locales. Una candidatura de determinado partido puede ganar la Gubernatura, pero no garantiza obtener la mayoría en el Congreso o un mayor número de Alcaldías.

En el caso de Nuevo León, estos resultados se muestran con claridad. Sobre todo en las dos últimas administraciones estatales: los Gobernadores, primero el independiente, Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, El Bronco, quien estuvo al frente del estado en el periodo de 2015 y 2021, y Samuel García Sepúlveda (2021-2027), postulado por Movimiento Ciudadano (MC), se vieron en minoría en la composición del Poder Legislativo y en las Alcaldías.

Lo anterior adelanta que el voto cruzado tiende a configurar Gobiernos divididos, aspecto que se retoma en la primera parte de este trabajo. Bajo dicha lógica, los Gobernadores carecerían de mayoría absoluta en sus entidades. El partido gobernante no contaría con la mitad más uno de los asientos en el Congreso, lo cual obliga a buscar consensos o negociaciones para lograr que las iniciativas de ley prosperen. Se activan así las funciones de contrapeso implícitas en el diseño institucional presidencialista, cuando el Poder Legislativo y el Ejecutivo se eligen de manera separada.

1 Para ahondar más en la temática sobre el voto dividido, se recomienda al lector revisar los artículos de López Rosas (2001), Solano Ramírez (2006), Sánchez Martínez (2014) y Concepción Montiel *et al.* (2018).

PARTICIPACIÓN Y VOTOS EN NUEVO LEÓN

El estado de Nuevo León ha sido noticia en los últimos años por el comportamiento de sus votantes. Efectivamente en el año 2015 eligieron al primer Gobernador que se postuló por la vía independiente, Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, mejor conocido como El Bronco, y en 2021 con la elección de Samuel García, abanderado de Movimiento Ciudadano. Todo ello en un contexto tradicional bipartidista (PRI/PAN).

TABLA 1
HISTÓRICO DE ELECCIONES DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN 2009-2021
PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Gubernatura			
<i>Año</i>	<i>Lista Nominal</i>	<i>Votos totales</i>	<i>Participación</i>
2009	3,211,239	1,753,706	54.61
2015	3,560,457	2,090,280	58.71
2021	4,189,165	2,143,005	51.16
Ayuntamientos			
2009	3,211,239	1,753,051	54.59
2012	3,324,155	1,982,908	59.65
2015	3,560,457	2,059,162	57.83
2018	3,900,538	2,146,567	55.03
2021	4,189,165	2,137,115	51.02
Diputaciones			
2009	3,211,239	1,749,337	54.48
2012	3,324,155	1,982,375	59.64
2015	3,560,457	2,081,645	58.47
2018	3,900,538	2,155,256	55.26
2021	4,189,165	2,141,125	51.11

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Habría que decir que en las elecciones que van de 2009 a 2021, la participación fue muy homogénea y en todos los casos se mantuvo en un porcentaje promedio de 55%, poco usual en el panorama nacional. Pueden verse las cifras de absolutos y relativos en la Tabla 1. En general, la elección con mayor participación fue la de 2015, si la analizamos como comicios interiores concurrentes. No obstante, en la elección intermedia de 2012, el reporte de participación es de 59%, el más alto en el periodo.

Si tomamos la elección intermedia de 2012, en cuyo Tabla 2 se muestran los resultados, podemos observar que el partido del Gobernador (PRI), Rodrigo Medina de la Cruz, tanto en la elección de Alcaldías como de Diputaciones obtiene el segundo lugar de las preferencias, al decantarse la mayoría de la población por las candidaturas panistas. Muy rezagados quedaron los abanderados del PRD.

Destaca el bajo nivel de variación en las preferencias de los electores de los partidos que quedaron en los dos primeros lugares, apenas 5.75 y 7.14%, respectivamente, aun si se considera que el Partido Revolucionario Institucional participó dentro de la coalición «Compromiso por Nuevo León», comparado con las brechas de variación del resto de los partidos.

La siguiente elección fue la paradigmática de 2015, cuando los resultados en Nuevo León capturaron la atención nacional e internacional, pues nunca en la historia una candidatura independiente había obtenido una Gubernatura.

Como se puede observar en la Tabla 3, Jaime Heliodoro Rodríguez, El Bronco, obtuvo más de un millón de votos —48.82%—, prácticamente el doble que las candidaturas del PRI o del PAN —23.85 y 22.31%, respectivamente—. Comparado con los resultados que registraron los aspirantes a la Gubernatura de los partidos minoritarios, quienes en conjunto sumaron menos de 6% del total (5.83%) de los votos obtenidos por El Bronco.

TABLA 2
ELECCIONES DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2012

<i>Partidos políticos</i>	<i>Alcaldes</i>	<i>Diputados</i>	<i>Variación</i>
PAN	848,816	802,649	5.75 %
«Compromiso por Nuevo León»*	797,396	744,251	7.14%
PRD	96,158	120,745	25.56%
PT	86,329	102,311	18.51%
MC	14,867	22,486	51.24%
NUEVA ALIANZA	81,047	116,818	44.13%
Nulos	58,295	73,115	25.42%
Total de votos	1,982,908	1,982,375	
Lista Nominal	3,324,155	3,324,155	
Participación	59.65	59.64	

**Coalición conformada por Partido Revolucionario Institucional, Cruzada Ciudadana y Partido Demócrata.*

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Ahora bien, el segundo lugar lo ocuparían las candidaturas a Gobernador y Alcaldes de la alianza encabezada por el PRI —«Compromiso por Nuevo León»—, aunque es de notar la gran diferencia entre los dos tipos de postulaciones a favor de los pretendientes a las Alcaldías.

Más aun, en el caso del PRI y PAN se aprecia un voto cruzado, pues las candidaturas a las Diputaciones del PAN y del PRI recibieron menos votos que los recibidos por los postulantes a Alcaldes. Resalta el hecho de que las brechas reflejadas por los votantes del PRI y del PAN para los distintos cargos de elección refieren una baja amplitud, las cuales oscilaron entre las 1.04 y 1.53 veces las

TABLA 3
ELECCIONES DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2015

<i>Partidos políticos</i>	<i>Gobernador</i>	<i>Alcaldes</i>	<i>Diputados</i>	<i>Brecha-Veces Monto</i>		
				<i>G-Alc</i>	<i>G-Dip</i>	<i>A-Dip</i>
PAN	466,543	691,946	668,343	1.48	1.43	1.04
PRI			565,352			1.34
«Alianza por tu seguridad»*	498,644	759,990		1.52	1.13	
PRD	10,104	36,769	44,424	3.64	4.40	1.21
PD			8,586			
CC	1,580		12,734		8.06	
PT	16,132	140,864	66,926	8.73	4.15	2.10
MC	10,881	131,473	222,221	12.08	20.42	1.69
Morena	6,536	27,942	42,881	4.28	6.56	1.53
PVEM			113,222			
PH	7,617	46,846	49,035	6.15	6.44	1.05
PES	6,679	61,237	60,297	9.17	9.03	1.02
NA			77,195			
Independiente	1,020,552	119,183	91,885	8.56	11.11	1.30
Nulos	45,012	42,912	58,544	1.05	1.30	1.36
Total de votos	2,090,280	2,059,162	2,081,645			
Lista Nominal	3,560,457	3,560,457	3,560,457			
Participación	58.71	57.83	58.47			

*Partido Revolucionario Institucional-Partido Verde Ecologista de México- Nueva Alianza- Partido Demócrata-Partido Cruzada Ciudadana.

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

diferencias en el monto de los votos emitidos entre las elecciones a Gobernador, Alcaldes y Diputados. Esta situación refleja un alineamiento de los simpatizantes de dichos partidos hacia el voto corporativo, es decir, la emisión del sufragio de las tres elecciones en favor de sus partidos.²

Para las elecciones intermedias de 2018, el comportamiento, como se observa en la Tabla 4 fue muy homogéneo entre los dos partidos más votados: el PAN, en primer lugar, tanto en la disputa de las Alcaldías como de las Diputaciones; lo mismo sucedió con los votos por el PRI que obtuvo el segundo lugar. El tercer lugar sería para la alianza conformada por PT, Morena y Encuentro Social. Si bien, llama la atención que tres años después del triunfo de El Bronco, todavía las candidaturas independientes tuvieron un buen caudal de votos en ambos tipos de elecciones, lo cierto es que en términos generales el comportamiento de las votaciones intermedias en todos los partidos refleja una brecha reducida respecto los resultados obtenidos en cada uno de los cargos de elección popular disputados.

Los comicios de 2021 fueron toda una sorpresa. Movimiento Ciudadano, un partido que apenas en la elección de 2018 tuvo cierto repunte, se llevó el triunfo en la disputa por la Gubernatura. Samuel Alejandro García Sepúlveda fue el joven abanderado que concitó las simpatías de un sector muy importante del electorado, al alcanzar 36.71% de los votos.

Como puede observarse en la Tabla 5, el abanderado de MC obtuvo poco más de 1 de cada 3 de los votos emitidos para Gobernador, mientras que su más cercano competidor, de la alianza del PRI y el PRD se llevó 27.90% de las preferencias, y el PAN solo 18.33%. Resulta interesante advertir que el voto cruzado se manifestó claramente en las elecciones de Alcaldes y Diputados. De los tres partidos principales,

2 Se ha de comprender la brecha entre los resultados de las elecciones de los diferentes cargos (Gubernatura, Alcaldías y Diputaciones), por el número de veces que se contiene el resultado menor respecto del resultado mayor de las elecciones en comparación.

el PAN obtuvo proporcionalmente 25% más votos por las alcaldías y 36% más para las diputaciones, respecto de lo obtenido para la Gubernatura; en ese orden, la candidatura de MC a la Gubernatura obtuvo 40 y 47% más votos que los alcanzados para las Alcaldías y las Diputaciones.

TABLA 4
ELECCIONES DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2018

<i>Partidos políticos</i>	<i>Alcaldes</i>	<i>%</i>	<i>Diputados</i>	<i>%</i>	<i>Brecha</i>
PAN	626,641	29.19	598,241	27.87	1.05
PRI	399,962	18.63	396,086	18.45	1.01
PRD	19,715	0.92	20,497	0.95	1.04
PT	541	0.03	2,260	0.11	4.18
PVEM	89,221	4.16	116,281	5.42	1.30
MC	89,573	4.17	226,310	10.54	2.53
NA	46,501	2.17	65,930	3.07	1.42
Morena			13,376	0.62	
RED	10,737	0.50	12,567	0.59	1.17
Encuentro Social			1,448	0.07	
PRI-PVEM	139,681	6.51			
PT-Morena-Encuentro Social	371,301	17.30	449,235	20.93	1.21
Independiente	294,704	13.73	186,159	8.67	1.58
No registrados	1,076	0.05	2,155	0.10	
Nulos	56,914	2.65	64,711	3.01	
Votos totales	2,146,567		2,155,256		
Lista Nominal	3,900,538		3,900,538		
Participación	55.03		55.26		

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Tabla 5
ELECCIONES DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2021

<i>Partidos políticos</i>	<i>Gobernador</i>	<i>Alcaldes</i>	<i>Diputados</i>	<i>Brecha—Veces Monto</i>		
				<i>G-Alc</i>	<i>G-Dip</i>	<i>A-Dip</i>
«Va Fuerte por Nuevo León»*	598,052			1.00	1.07	
PRI		599,293	558,026			1.07
PAN	392,901	512,519	620,529	1.30	1.58	1.21
MC	786,808	475,328	419,641	1.66	1.87	1.13
«Juntos Haremos Historia por Nuevo León»**	300,588					
Morena		226,216	279,667			1.24
PVEM		61,156	62,277			1.02
PT		42,716	44,404			1.04
NANL		21,786	28,052			1.29
RSP	6,629	18,699	20,307	2.82	3.06	1.09
PRD		18,545	18,171			1.02
FXM	13,863	15,705	19,766	1.13	1.43	1.26
PES	7,042	8,073	12,548	1.15	1.78	1.55
Independiente		97,193	9,842			1.02
No registrados	702	754	1,024			
Nulos	36,420	39,132	46,871			
Votos totales	2,143,005	2,137,115	2,141,125			
Lista Nominal	4,189,165	4,189,165	4,189,165			
Participación	51.16	51.02	51.11			

*Partido Revolucionario Institucional y Partido de la Revolución Democrática.

**Movimiento de Regeneración Nacional, Partido del Trabajo, Partido Verde Ecologista de México y Nueva Alianza Nuevo León.

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

En el caso de las votaciones por las candidaturas del PRI, estas reflejan un mayor alineamiento como se observa en la baja magnitud de las brechas entre cada tipo de candidatura, mientras que las postulaciones independientes continuaron cayendo en sus números, sobre todo en Diputaciones.

Caso aparte se observa respecto del partido de Redes Sociales Progresistas, quien reflejó una brecha en promedio tres veces más votos para las Alcaldías y Diputaciones que los alcanzados para la Gubernatura, mientras que los votos por las Alcaldías y Diputaciones reflejan una brecha muy baja; condición última que se repite en el resto de los partidos minoritarios, lo cual manifiesta una mayor apuesta hacia los cargos locales de elección popular.

Voto cruzado y gobiernos divididos

El voto cruzado parece una constante en la historia reciente de la entidad. Si nos atenemos a los datos de la composición del Congreso a partir de 2009, y quienes eran los Gobernadores, lo podemos comprobar fehacientemente. Asimismo, la historia electoral reciente muestra que la constante ha sido la conformación de Gobiernos divididos, o más bien, del voto cruzado resultan Gobiernos en los cuales el partido del Gobernador no cuenta con la mayoría absoluta en el Congreso. Una mirada a la conformación de los Ayuntamientos corrobora la hipótesis.

La composición del Congreso de Nuevo León es de 42 Diputados, 26 de mayoría relativa y 16 de representación proporcional. En el periodo 2009-2015, con el Gobernador González Parás, proveniente del PRI, entre 2009 y 2012 la bancada de este partido alcanzó 20 curules (con mayor presencia y cercano a la mayoría relativa).

Para el siguiente trienio, en la LXXIII Legislatura, el PRI perdió cuatro escaños en el Congreso, y se redujo a 16 Diputaciones, una menos que el PAN, lo cual la conformó como segunda fuerza legislativa.

Para la siguiente Legislatura (LXXIV), con la llegada de El Bronco como Gobernador independiente, el PAN repitió con 17 diputados y el PRI mantuvo 16, y se integraron a este Congreso tres Diputaciones independientes. En el segundo trienio del Gobierno de 2018-2021, la mayoría relativa la volvió a detentar el PAN con 15 asientos, seguido del PRI con 10 —con la reducción de sus butacas legislativas en dos y seis curules, respectivamente—, y solo un Diputado independiente.

Como podemos observar en la Tabla 6, en la elección de 2021 triunfó en la Gubernatura la candidatura de Samuel García por Movimiento Ciudadano. Sin embargo, el partido que lo postuló apenas alcanzó ocho representantes en el Congreso. De nuevo el PAN y el PRI alcanzaron el primero y segundo lugar con 16 y 14 asientos, respectivamente; mientras que MC se situó en el tercer lugar. Se confirmaba de nuevo el voto dividido y la conformación de un Gobierno dividido.

TABLA 6
LXXVI LEGISLATURA DEL CONGRESO DE NUEVO LEÓN (2021-2024)
NÚMERO DE DIPUTACIONES POR PARTIDO POLÍTICO

<i>Partido político</i>		<i>Mayoría relativa</i>	<i>Representación proporcional</i>	<i>Total</i>
PAN	<i>Partido Acción Nacional</i>	10	6	16
PRI	<i>Partido Revolucionario Institucional</i>	12	2	14
MC	<i>Movimiento Ciudadano</i>	1	7	8
Morena	<i>Movimiento de Regeneración Nacional</i>	1	1	2
PVEM	<i>Partido Verde Ecologista de México</i>	1	0	1
NANL	<i>Nueva Alianza Nuevo León</i>	1	0	1
	<i>Total</i>	26	16	42

Fuente: elaboración propia con base en datos del Congreso del Estado Nuevo León.

TABLA 7
COMPOSICIÓN DE AYUNTAMIENTOS POR PARTIDO POLÍTICO,
ESTADO DE NUEVO LEÓN, 2018-2021

<i>Partido político</i>	<i>Número de Ayuntamientos</i>	
	<i>Elección 2018</i>	<i>Elección 2021</i>
Partido Acción Nacional	16	16 ↔
Partido Revolucionario Institucional	14	2 ↓
Partido de la Revolución Democrática	1	0 ↓
Partido del Trabajo	0	0 ↔
Partido Verde Ecologista de México	2	3 ↑
Movimiento Ciudadano	1	5 ↑
Nueva Alianza Partido Político Nacional	4	2 ↓
Rectitud Esperanza Demócrata	0	0 ↔
«Ciudadanos por México» (PRI-PVEM)	6	0 ↓
«Juntos Haremos Historia» (Morena-PT-Encuentro Social)	3	0 ↓
«Juntos Haremos Historia en Nuevo León» (Morena-PT-PVEM-NA)	0	8 ↑
«Va fuerte por Nuevo León» (PRI-PRD)	0	13 ↑
Candidatura independiente 1	3	2 ↓
Candidatura independiente 2	1	0 ↓
Total de Ayuntamientos	51	51

Fuente: elaboración propia con base en datos del Congreso del Estado de Nuevo León.

La misma fotografía se ve reflejada en los datos de la composición de los ayuntamientos por partido político, como se observa en la Tabla 7. Del total de 51 Alcaldías, el PAN obtuvo la mayoría, conservando el mismo número que había logrado en 2018. Sin embargo, el PRI tuvo la más estrepitosa caída al pasar de gobernar en 14 Alcaldías a quedar en solo 2. La alianza «Juntos Haremos Historia en Nuevo

León» y MC se beneficiaron del desastre priista, al pasar de 3 a 8 y de 1 a 5, respectivamente.

El voto cruzado en los distritos

Si tomamos los datos oficiales del proceso electoral 2020-2021, se aprecia objetivamente la práctica del voto compartido o cruzado en la entidad a través del sufragio por parte de la ciudadanía. Si se hace el ejercicio desde una doble perspectiva, se comprueba ampliamente el comportamiento del electorado. En primer lugar, al agrupar los 26 distritos según el partido ganador en la elección a la Gubernatura y en segundo término, en las Diputaciones de mayoría relativa distrital.

TABLA 8
DISTRITOS ELECTORALES GANADOS POR EL PRI, 2021

Proceso Electoral 2021, Nuevo León

<i>Distrito</i>	<i>Tipo de elección</i>	<i>Triunfo electoral</i>	<i>% votos</i>	<i>Participación</i>
1	<i>Gubernatura</i>	<i>PRI/PRD</i>	44.1	44.58%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	50.9	44.62%
2	<i>Gubernatura</i>	<i>PRI/PRD</i>	39.9	50.80%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	40.2	50.29%
4	<i>Gubernatura</i>	<i>PRI/PRD</i>	39.0	62.58%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	31.1	62.26%
24	<i>Gubernatura</i>	<i>PRI/PRD</i>	41.7	52.23%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	32.7	53.35%
26	<i>Gubernatura</i>	<i>PRI/PRD</i>	42.9	64.67%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	39.6	64.88%

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

La Tabla 8 muestra los cinco distritos en los que fue una votación unidireccional: son los distritos priistas. Como sabemos PRI y PRD conformaron la alianza «Va Fuerte por Nuevo León». En los distritos 1, 2, 4, 24 y 26, el electorado se manifestó a favor de la coalición en ambos tipos de elecciones. Resulta sumamente interesante corroborar en el resto de los 21 distritos, la candidatura a la Gubernatura de Samuel García triunfó. La única oposición que tuvo fue en estos cinco distritos priistas. Habría que decir que el voto cruzado también se manifestó en el hecho de que, en dos distritos, el 1 y 2 se votó más por el abanderado del PRI a Gobernador que a las Diputaciones; mientras que, en el 4, 24 y 26, la postulación a la Gubernatura se situó por encima de la votación para la legislatura local.

En la Tabla 9, se muestra el agrupamiento distrital en el que, en todos los casos, la candidatura de MC triunfó en la disputa por la Gubernatura, pero no en la elección de Diputaciones, en la que triunfaron los abanderados del PAN.

El voto cruzado incluso se advierte en el sentido de que hubo distritos en los que las candidaturas panistas obtuvieron mayor porcentaje de votos que el abanderado de MC. De los 10 distritos agrupados, en cinco de ellos, la mitad (el 9, 10, 11, 18 y 19), los votos panistas fueron mayores a los del partido naranja.

El tercer grupo de distritos se aprecia en la Tabla 10, integrado por siete, corresponde a aquellos en los cuales mayoritariamente se votó por la candidatura a Gobernador de MC, pero la opción por diputaciones de mayoría relativa fue por los de la alianza entre el PRI y el PRD. En dos de ellos, el 5 y el 7, se votó con números porcentuales mayores por los aspirantes a Diputaciones. En el 6, 8, 13, 16 y 22, fueron mayores los porcentajes por el abanderado naranja, Samuel García.

Finalmente, el último grupo, Tabla 11, corresponde a los cuatro distritos en los que la mayoría de los votos para Diputaciones correspondió a la alianza «Juntos Haremos Historia en Nuevo León», integrada por Morena/PT/PVEM y NA Nuevo León.

TABLA 9
DISTRITOS ELECTORALES GANADOS EN LA GUBERNATURA POR MC
Y EL PAN EN LA DIPUTACIÓN, 2021

Proceso electoral 2021, Nuevo León

<i>Distrito</i>	<i>Tipo de elección</i>	<i>Triunfo electoral</i>	<i>% votos</i>	<i>Participación</i>
3	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	39.5	62.76%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	31.7	62.09%
9	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	38.5	54.24%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	48.4	54.20%
10	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	37.1	55.13%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	46.8	54.96%
11	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	35.4	56.98%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	40.4	56.61%
12	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	40.1	54.85%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	29.4	54.70%
14	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	40.3	50.06%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	27.6	50.30%
15	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	39.3	56.31%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	27.9	55.94%
18	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	48.8	59.45%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	58.1	59.25%
19	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	44.4	48.13%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	45.0	48.05%
21	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	33.9	50.69%
	<i>Diputación</i>	<i>PAN</i>	29.1	50.67%

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

TABLA 10
 DISTRITOS ELECTORALES GANADOS EN LA GUBERNATURA POR MC
 Y EL PRI-PRD EN LA DIPUTACIÓN, 2021

Proceso electoral 2021, Nuevo León

<i>Distrito</i>	<i>Tipo de elección</i>	<i>Triunfo electoral</i>	<i>% votos</i>	<i>Participación</i>
5	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	39.5	47.21%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	42.6	46.64%
6	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	37.7	56.64%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	31.9	56.42%
7	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	38.8	48.79%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	48.2	48.47%
8	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	43.5	61.6%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	35.1	60.95%
13	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	40.4	48.29%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	31.6	48.15%
16	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	40.7	51.67%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	39.4	51.55%
22	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	39.9	42.10%
	<i>Diputación</i>	<i>PRI/PRD</i>	32.7	42.04%

TABLA 11
 DISTRITOS ELECTORALES GANADOS EN LA GUBERNATURA POR MC
 Y MORENA/PT/PVEM Y NANL EN LA DIPUTACIÓN, 2021

Proceso electoral 2021, Nuevo León

<i>Distrito</i>	<i>Tipo de elección</i>	<i>Triunfo electoral</i>	<i>% votos</i>	<i>Participación</i>
17	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	41.1	46.04%
	<i>Diputación</i>	<i>ALIANZA</i>	28.7	45.95%
20	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	39.3	39.10%
	<i>Diputación</i>	<i>ALIANZA</i>	29.1	40.05%
23	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	30.7	40.54%
	<i>Diputación</i>	<i>ALIANZA</i>	33.4	40.61%
25	<i>Gubernatura</i>	<i>MC</i>	38.6	39.35%
	<i>Diputación</i>	<i>ALIANZA</i>	26.2	40.14%

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

En el distrito 23, la candidatura de esta alianza obtuvo más votos que Samuel Ruiz. Obviamente en los distritos 17, 20 y 25, el abanderado naranja a la Gubernatura sumó mayor número de sufragios.

Desde una perspectiva que incluye los resultados de todos los actores contendientes, se puede observar que incluso en aquellos distritos en los que se votó de manera similar por una misma opción en las elecciones la Gubernatura y Diputaciones, hubo voto diferenciado. La Tabla 12 lo muestra con claridad las diferencias porcentuales entre los tipos de candidaturas por partido político, si se toman como primera elección la Gubernatura y como segunda, las Diputaciones. Los porcentajes positivos reflejan los puntos porcentuales por encima del resultado de la elección al Congreso Local obtenida por la elección al Ejecutivo estatal, y las cantidades negativas los puntos porcentuales en que la elección a Diputaciones superó a la de la Gubernatura.

Como se observa en los 26 distritos el aspirante a Gobernador por MC, Samuel García Sepúlveda superó, incluso con muy elevados porcentajes, a quienes compitieron por dicho partido a la Cámara de Diputados. No hubo ni siquiera una excepción. Se aprecia en el caso del PAN, en tres distritos (1, 5 y 16), la candidatura a la Gubernatura de Fernando Larrazábal Bretón obtuvo mayor porcentaje de votación que las candidaturas a Diputaciones, aunque en un bajo margen. Sin embargo, en el resto de los 23 distritos, todas las candidaturas al Congreso superaron la votación de su abanderado a la Gubernatura como se aprecia en la Gráfica 1.

En el caso del PRI/PRD, en 17 distritos hubo mayor número de votos por el postulante a la Gubernatura, Adrián de la Garza Santos, que por las candidaturas a las Diputaciones. En los otros nueve distritos (1, 2, 5, 7, 13, 14, 15, 16 y 22), la relación se invirtió. El caso de mayor equilibrio en positivos y negativos es en la alianza «Juntos Haremos Historia en Nuevo León». Mientras que su abanderada a la Gubernatura, Clara Luz Flores Carrales, tuvo mayor porcentaje de votos en 15 distritos, los aspirantes a Diputaciones lo hicieron en 11 (1, 2, 5, 7, 11, 16, 17, 20, 22, 23 y 25).

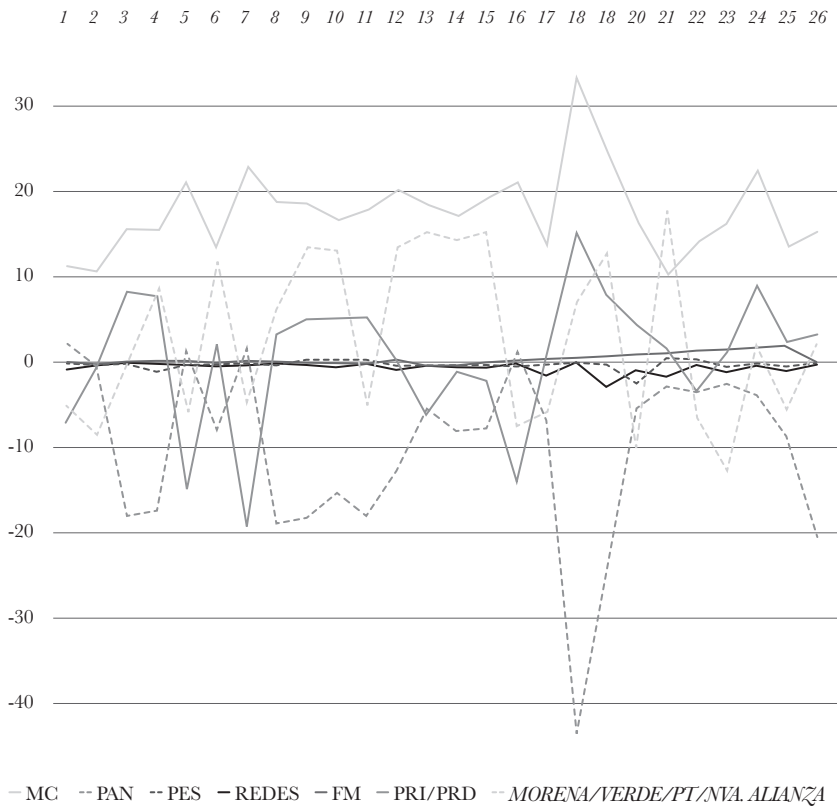
TABLA 12
VOTO CRUZADO EN NUEVO LEÓN, 2021

<i>Partidos políticos</i>	<i>Distritos electorales locales</i>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
PAN	2.1	-0.8	-17.9	-17.1	1.2	-8.0	1.6	-18.9	-18.1	-15.3	-17.9	-12.5	-5.2
MC	11.0	10.6	15.6	15.4	20.8	13.5	22.7	18.9	18.5	16.5	17.7	20.0	18.2
PES	-0.2	-0.3	-0.2	-1.1	-0.4	-0.3	-0.2	-0.3	0.2	0.2	0.2	-0.4	-0.5
REDES	-0.8	-0.4	-0.1	-0.2	-0.3	-0.5	-0.4	-0.2	-0.3	-0.6	-0.2	-0.9	-0.4
FM	-0.1	-0.4	0.0	0.1	0.1	-0.1	0.1	0.0	-0.1	-0.1	-0.2	0.2	-0.4
PRI/PRD	-6.8	-0.3	8.3	7.9	-15.0	2.0	-19.1	3.3	5.3	5.5	5.4	0.3	-6.1
MORENA/ VERDE/PT/ NVA. ALIANZA	-5.2	-8.4	0.0	8.6	-5.8	11.8	-4.7	6.5	13.6	13.1	-5.0	13.5	15.3

<i>Partidos políticos</i>	<i>Distritos electorales locales</i>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
PAN	-8.0	-7.6	1.2	-6.8	-43.5	-22.7	-5.4	-2.8	-3.4	-2.6	-3.8	-8.7	-20.3
MC	17.1	19.1	20.9	13.5	33.2	24.4	16.3	10.1	14.0	16.3	22.2	13.5	15.1
PES	-0.4	-0.3	-0.5	-0.4	-0.1	-0.3	-2.4	0.4	0.3	-0.5	-0.2	-0.5	-0.2
REDES	-0.6	-0.6	-0.2	-1.5	-0.1	-2.8	-0.9	-1.6	-0.3	-1.1	-0.4	-1.0	-0.3
FM	-0.4	-0.1	0.1	0.3	0.4	0.6	0.8	1.0	1.2	1.4	1.6	1.8	0.0
PRI/PRD	-1.0	-2.1	-14.0	1.1	15.1	7.9	4.3	1.7	-3.2	1.2	9.0	2.4	3.3
MORENA/ VERDE/PT/ NVA. ALIANZA	14.4	15.3	-7.4	-5.7	7.1	13.0	-10.1	17.7	-6.4	-12.6	1.9	-5.5	2.1

Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

GRÁFICA 1
VOTO CRUZADO EN NUEVO LEÓN, 2021



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León.

LA PERSPECTIVA DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS, 2021

Los resultados electorales analizados en los apartados anteriores nos permiten identificar la orientación que la ciudadanía dio al sufragio en el proceso 2020-2021 del estado de Nuevo León. Podemos afirmar que en dicho proceso se presentó el voto cruzado en la mayoría de los distritos electorales, en la elección del Ejecutivo estatal frente al Legislativo. Al tener en mente esos resultados, desarrollaremos en este apartado el punto de vista del ciudadano, como un paso previo al ejercicio del sufragio a través de los resultados de la Encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral, con el fin de encontrar algunas características de la cultura política distintivas, nuevas o en vías de consolidación del electorado nuevoleonés.

A partir de los antecedentes de que la ciudadanía que reside en el estado de Nuevo León ha sido en las últimas elecciones muy participativa electoralmente, inclusive por encima de la media nacional, destaca su pluralidad en la elección de representantes desde las elecciones de 2015 y 2018. En palabras de Juan Carlos Montero (2019), califica este comportamiento como «un elemento que contribuye a la solidez del régimen democrático en Nuevo León».

Sumado a estas ideas, es necesario señalar que la ciudadanía nuevoleonesa ha desarrollado, a través de los diferentes procesos electorales, una valoración importante respecto a la oferta de los partidos políticos, lo cual ha conducido a modificar su apoyo principalmente a los dos partidos que por décadas habían logrado obtener los triunfos electorales, PRI y PAN. Como hemos señalado en el apartado anterior, los cambios ya se estaban gestando desde 2015 con la elección de una opción de candidatura independientes en la Gobernatura y a nivel municipal, pues antes de ese proceso electoral prevalecía en las últimas décadas un bipartidismo que caracterizaba al estado, en opinión de Cintia Smith (2021).

Para enriquecer este análisis, retomaremos de manera comparativa algunos reactivos de los resultados presentados en los estudios *Perfiles del electorado nuevoleonés* de 2019 y 2021, coordinado el primero por Alejandro Díaz Domínguez y Carlos Javier Vázquez Ferrel; y por Comisión Estatal Electoral de Nuevo León el segundo, respectivamente. Se seleccionaron los reactivos que nos permiten identificar la opinión de la ciudadanía encuestadas respecto a la tendencia del apoyo electoral a un partido político o no, y las preguntas que señalan los elementos que necesitan para tomar la decisión de por quién votar, además de la pregunta como referencia sobre la opinión del sistema democrático.

Antes de entrar al análisis de los resultados de la encuesta de 2021, consideramos relevante la pregunta de Miguel A. Polo Santillán (2020), ya que aborda la responsabilidad del ciudadano en su proceso de decisión, a decir de cómo debe estar cualificado el ciudadano para elegir a sus representantes y equivocarse lo menos posible. Sin embargo, cuando pensamos en el voto lo hacemos de manera general, y se asume que el sufragio del electorado la mayoría de las veces está orientado por un principio de racionalidad individual, es decir, el elector votará por la opción que mejorará su propia situación económica, social, educativa y familiar.

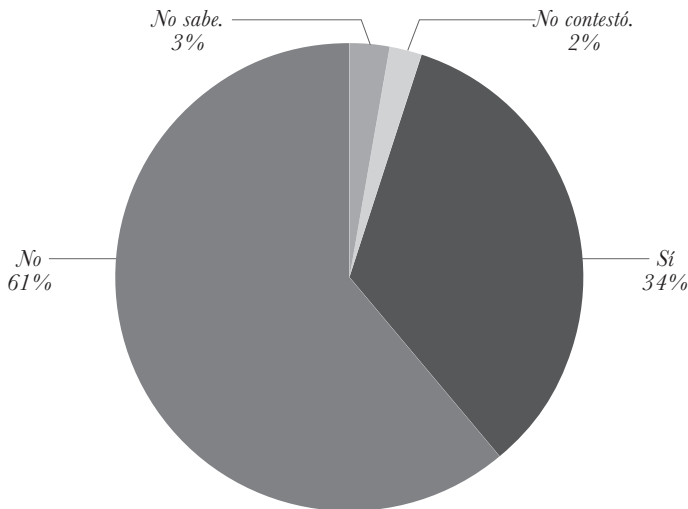
Sin embargo, al final de ese pensamiento individual cabe presumir que se conjuga el interés colectivo, como concluye Miguel Polo Santillán, «sin embargo, pensando desde toda la comunidad política [...] desde los intereses de todo el país, se vota porque queremos un mejor país para todos» (2020, p. 1), y muy probablemente, esto sea lo que mueve a los nuevoleonés como lo veremos más adelante.

Respecto a la percepción de la ciudadanía sobre si se vive en democracia, el estudio de 2021 indica que seis de cada 10 opinaron que sí. En particular, con relación a nivel país se percibe en 61.7%; en Nuevo León en 61.3% y en el municipio en 63.0%. En el balance de estos resultados, se observa una mayor percepción a nivel municipal. En

comparación de la encuesta de 2018 a la 2021, la opinión de los encuestados de vivir en democracia se ha incrementado. Pues los resultados de 2018 no fueron mayores a 50% en los tres niveles de Gobierno (Vázquez y Ruiz, 2019). En la satisfacción sobre el funcionamiento de la democracia en 2021, se observa un cambio en los resultados a nivel nacional, pues en la percepción positiva que va de una calificación de 10 o «Muy satisfecho» hasta una de 6, se concentra 57.8% de las opiniones, en cambio a nivel estatal sube a 60.6% y a nivel municipal 63.4% de las opiniones.

Si se consideran los resultados electorales del último ejercicio y frente a la pregunta sobre la identificación partidaria de la ciudadanía encuestada, se observa que seis de cada 10 individuos (61%) no se consideran cercanos a un partido político como se muestra en la Gráfica 2, en tanto solo 34% sí se considera cercano.

GRÁFICA 2
CIUDADANOS QUE SIENTEN CERCANÍA A UN PARTIDO POLÍTICO



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

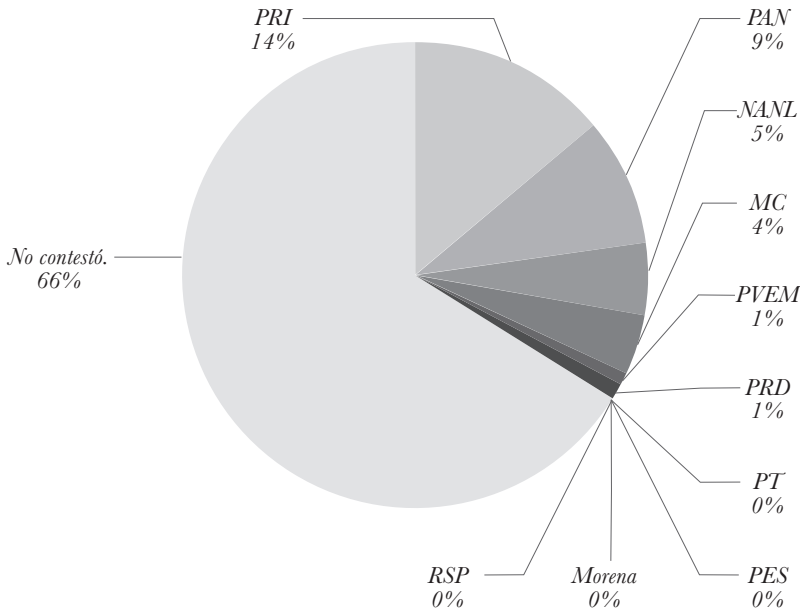
Del segmento que no sienten una cercanía a un partido político, sobresalen como características sociodemográficas una mayor composición del grupo de 40 a 49 años con una proporción ligeramente superior a la mitad de los entrevistados (51.8%), seguido de los jóvenes de 18 a 29 años con cerca de una tercera parte (32.8%), mientras que los adultos de 50 años y más representan 15%. Asimismo, este segmento de análisis resultó ser mayoritariamente mujeres (52.8%), además sobresalen las personas con estado civil casado (58%) y destacan en su nivel educativo³ los que cuentan con secundaria o preparatoria completas (26.8% y 23.1%, respectivamente). Como principal actividad se acentúan las respuestas de las empleadas/os de una empresa (37.5%) y ama/o de casa con proporción superior a 1 de cada 5 (22.8%).

Por su parte, los electores que sí se sienten cercanos a un partido político se colocaron en una proporción ligeramente superior a la tercera parte del total (34%), caracterizados por tener una edad mayor a 50 años y sobresale el sexo masculino. En el estado civil, 61.9% están casadas/os y en la escolaridad, de igual manera sobresalen la ciudadanía con secundaria o preparatoria completas (24.2% y 18.4% respectivamente) y un 13.2% con universidad completa. En su principal actividad destacan las empleadas/os de una empresa (30.0%) y ama/o de casa con 20.5% y el sector informal con 13.2%.

De estos mismos electores que se consideran cercanos a un partido político, se inclinan en primer lugar por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) 14%, y en segundo lugar por el Partido Acción Nacional (PAN) 9%, de acuerdo con lo que nos reporta la encuesta de 2021. Los resultados se muestran en la Gráfica 3.

3 Señalamos en este punto que la encuesta de 2021 dividió en 14 posibles respuestas en cuanto a la educación del entrevistado, por lo que la distribución de la escolaridad está dispersa: Ninguna, Primaria incompleta, Primaria completa, Secundaria incompleta, Secundaria completa, Prepa completa, Prepa incompleta, Normal, Técnica incompleta, Técnica completa, Universidad completa, Universidad incompleta, Especialidad y Posgrado. De acuerdo con la metodología, se optó por no recodificar esta variable para mantener la escolaridad como fue expresada por el entrevistado.

GRÁFICA 3
HACIA CUAL PARTIDO SE SIENTE MÁS CERCANO



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

Si se compara con los resultados y análisis de Montero Bagatella de la encuesta de 2018 (2019), en la que sobresalía un mayor porcentaje de cercanía al PAN (44%) y un poco menos al PRI (41.8%), la relación ha cambiado en los resultados de 2021, los cuales indican una mayor cercanía al PRI (39.6%) y en segundo lugar al PAN (26.6%), es decir, los porcentajes son menores para el PAN y mayores para el PRI. Este resultado quizás se encuentre relacionado con los triunfos electorales 2021 en los distritos electorales 1, 2, 4, 24 y 26, en los que el PRI obtuvo mayor votación a nivel Gubernatura, frente a los re-

sultados obtenidos por el partido Movimiento Ciudadano, y se suma en estos distritos el triunfo también en las diputaciones.

Fuera de los dos partidos que por décadas lograron triunfos electorales —PRI y PAN—, el partido de Morena, de acuerdo con el análisis Montero Bagatella (2019), presentó una cercanía de la ciudadanía de 7% en la encuesta 2018, pero en la encuesta de 2021 no alcanzó ni un punto porcentual (0.09%). Asimismo, en esta última encuesta hay una cercanía con Nueva Alianza de 14.9% y de Movimiento Ciudadano con 12.34%, en detrimento de Morena y de los dos partidos principales contendientes —PRI y PAN—, lo que pudiera considerarse como hipótesis el impacto de los resultados electorales 2021. Respecto a la intensidad en su cercanía con estos partidos políticos, las respuestas se concentraron en la escala de «Muy cercano» a 9 de calificación, con 56.78%.

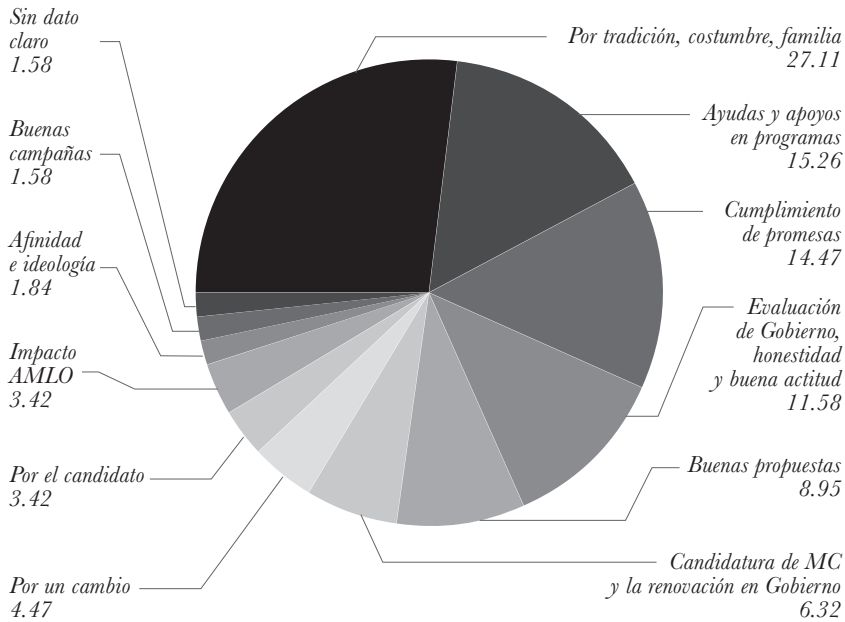
En esta misma dimensión de análisis, se considera fundamental identificar la razón que lleva a la ciudadanía a identificarse con un partido político. Los resultados de la encuesta 2021 se observan en la Gráfica 4: cerca de 1 de cada 3 de los entrevistados se identifican por tradición, costumbre y familia (27.1%).

Lo anterior se puede explicar bajo los argumentos presentados en los estudios de cultura política que ha realizado Jacqueline Peschard, quien identifica que una de las instituciones más importantes para la socialización política de manera indirecta es la familia, ya que

de acuerdo con el enfoque conductista en el que se desarrolló la teoría sobre la cultura política, las creencias y las lealtades políticas básicas se aprenden en la infancia con la familia, pues es el periodo en el que las personas son más maleables y receptivas. La familia es reconocida como la cuna de la identidad y clave de una persona, la cual, en fases posteriores, como la adolescencia, se van refinando, y llegan a servir de base para la interpretación que el adulto hace de la información que va recibiendo en el curso de su desarrollo (Peschard, 2020, p. 68-69).

Un dato que hay que subrayar, y que ha sido una constante en otros reactivos de la misma encuesta de 2021, son las ayudas y apoyos de programas sociales (15.26%), ubicadas en segundo lugar, lo cual representa un número importante de encuestados que dan importancia a las ayudas sociales de los Gobiernos. En tercer y cuarto término están los más enfocados hacia el cumplimiento de promesas con 14.4%, y por evaluación de los Gobiernos 11.5%.

GRÁFICA 4
RAZÓN POR LA QUE SIMPATIZA CON ALGÚN PARTIDO POLÍTICO



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

Como hemos comentado, el electorado que reside en el estado de Nuevo León ha transitado hacia una diversificación en la elección de

sus representantes desde las elecciones de 2015 y 2018; en la elección de 2021 continúa este modelo de cultura política. Esta muy probablemente se puede asociar a la pregunta sobre si ha votado por un candidato sin importar el partido político que lo postule, pues los resultados de la encuesta de 2021 reportan que más de la mitad de entrevistados (54%) contestaron que sí, y 43% que no lo harían.

En este sentido, la diferencia de 11 puntos porcentuales refleja una cantidad importante de electores que se inclinan más por las cualidades del abanderado sin importar que partido político lo postulara, frente a los que no lo harían. En comparación con los resultados de la encuesta de 2018 analizada por Montero Bagatella (2019), se continúa fortaleciendo su argumento al «afirmar que el electorado nuevoleonés no se considera alineado con algún partido político específico, sino que ejerce su voto en función de las características del candidato» (2019, p. 54). Esto permite proponer como hipótesis que el electorado nuevoleonés está en vías de consolidación, al ser más crítico y pendiente de lo que se sucede en la esfera pública, y buscar la candidatura que pudiera resolver los asuntos de interés común.

Desde otro ángulo, la pregunta sobre por cuál partido no votarían los encuestados, continúa en primer lugar el PRI con 27.2% de rechazo, seguido del partido Morena con 12.2% y en tercer lugar el PAN con 11.4%. Un dato que es importante señalar es la comparación con los datos de la encuesta de 2018, en la cual el PRI tiene también el primer lugar en rechazo, se destaca Morena como partido de izquierda al que no votarían los electores identificados con el PAN y el PRI (Montero Bagatella, 2019, p. 58), mientras que en la encuesta de 2021 ocupa el segundo lugar en rechazo de los electores entrevistados.

Para el sistema democrático la razón por la que asisten los ciudadanos a votar, el que vaya más allá de una obligación o derecho, muy probablemente representaría un cambio en la forma de expresión ciudadana y de interpretación de su rol, dentro de la democracia electoral y confianza en las instituciones electorales. En ese

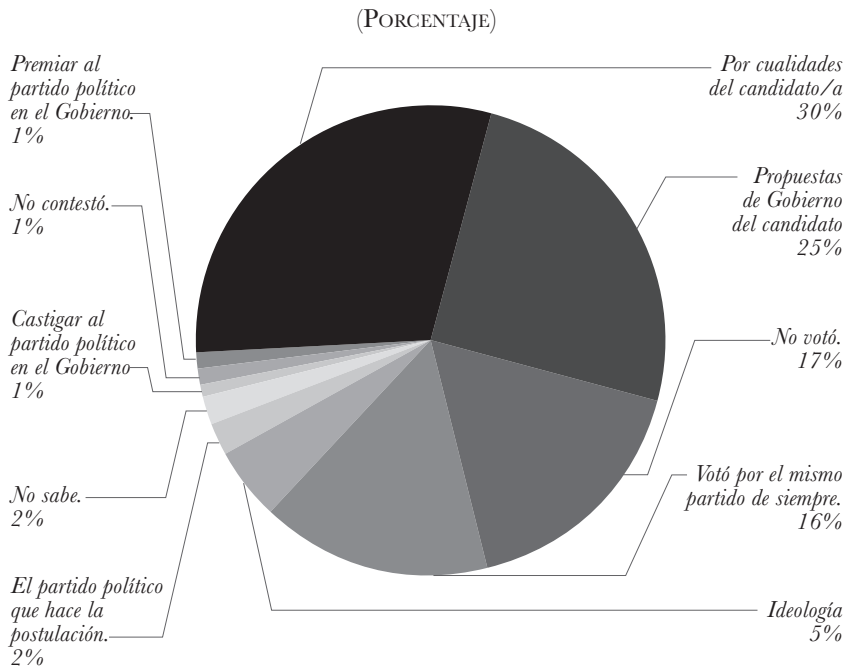
sentido, los resultados de las encuestas de 2021 y 2018 reflejan ese cambio cívico en el elector nuevoleonés entrevistado, pues la suma de las respuestas acerca de que es un derecho y una obligación en 2018 fue de cerca de las dos terceras partes (62.3%) y en la encuesta 2021 fue de apenas por encima de una tercera parte (38.1%). Si bien han disminuido este tipo de respuestas, se han incrementado las que se identifican con una perspectiva de un cambio y de influir en el rumbo del estado, que en 2018 fue de 16.9% y en 2021 de 25.1% (Vázquez y Ruiz, 2019).

Este dato nos conduce a reflexionar sobre las implicaciones de los elementos que están presentes en la participación electoral. En la teoría democrática contemporánea, el modelo racional aporta para el esclarecimiento de los factores que inciden en la toma de decisión de los electores nuevoleonés de participar en las elecciones, y principalmente por cuál partido político y el tipo de voto que realizarán. En este modelo la ciudadanía evalúa tanto los costos como los beneficios de votar, así como la probabilidad de afectar los resultados de la elección. Sin embargo, lo cierto es que los resultados electorales recientes ponen en evidencia un importante vuelco en las preferencias electorales, como producto de factores complejos como los resultados de las gestiones de frente a las perspectivas brindadas por los postulantes a las diversas candidaturas.

En la Gráfica 5, los resultados de la encuesta de 2021, relativos a la pregunta sobre cuál es la razón más importante para decidir por quién votar, reflejan ya un cambio en la cultura política del elector nuevoleonés. Principalmente porque les dan prioridad a las cualidades del candidato en 30% como principal razón, seguida de las propuestas de Gobierno del candidato con 25%. Estas dos razones si las comparamos con los resultados analizados por Vázquez y Ruiz (2019), en la encuesta de 2018 han variado los porcentajes de respuesta, es decir, sobre la valoración de las propuestas de Gobierno, que alcanzaba en 2018 12% ahora se incrementó en 13 puntos porcentuales y las cualidades del candidato bajaron en 14 puntos por-

centuales. Sin embargo, es importante señalar el dato que, entre estas dos encuestas, ha disminuido la respuesta de votar por el mismo partido en casi 50%. Aspectos que se alinean hacia la confirmación de una actitud más crítica por el electorado nuevoleonés.

GRÁFICA 5
LA RAZÓN MÁS IMPORTANTE PARA DECIDIR POR QUIÉN VOTAR



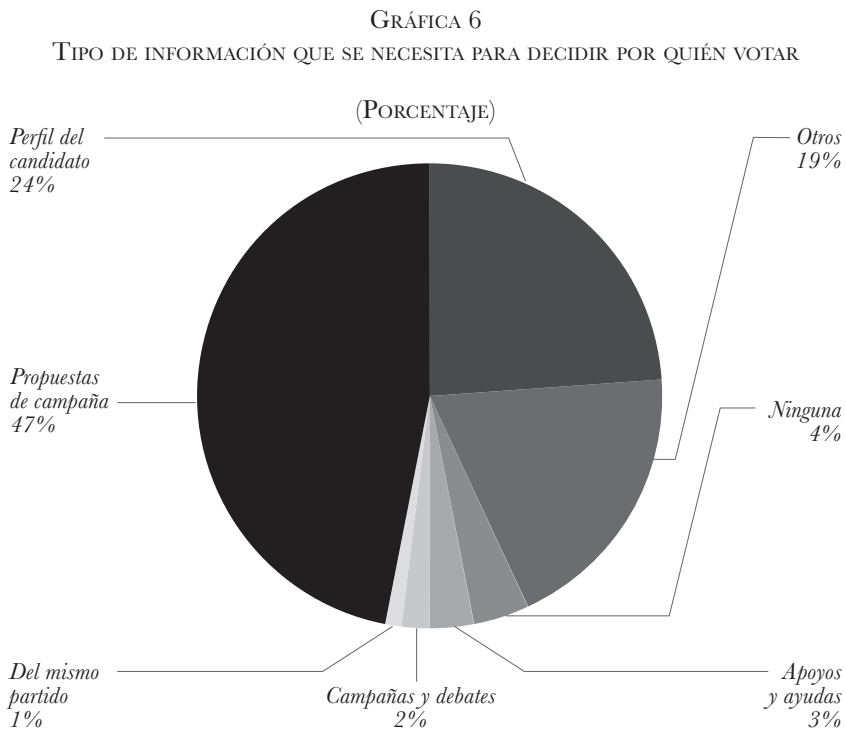
Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

En este sentido, coincidimos con Crespo (2016), quien señala que, además del elector racional, se debe distinguir entre el electorado comprometido ideológicamente y el electorado «flotante». En el caso del electorado de Nuevo León, está presente un porcentaje considerable de electores cercanos a un partido político, como se

observó en los resultados electorales de 2021, al ganar al PRI algunos distritos electorales.

Respecto al tipo de información que necesita el elector para decidir por quién votar, y de acuerdo con los resultados electorales presentados en el primer apartado, con un claro votar cruzado, Javier Brolo en sus investigaciones concluye que es un comportamiento sofisticado, ya que es una acción que requiere de mayor esfuerzo para recolectar y analizar la información (2015).

Los resultados de la encuesta de 2021 sobre el tipo de información que se necesita para decidir por quién votar se presentan en la



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

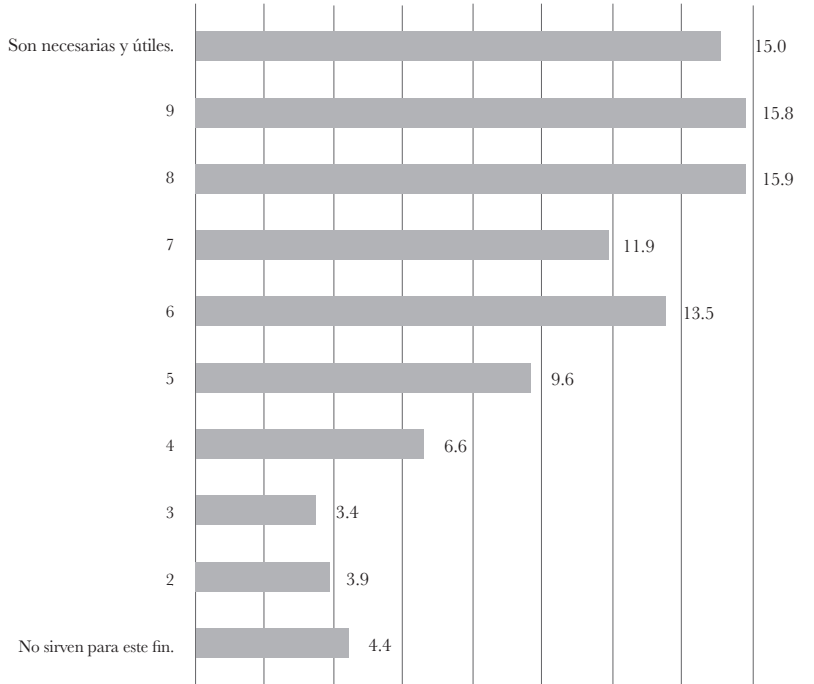
Gráfica 6. Sobresalen las propuestas de campaña en 47%, las cuales subieron 19 puntos porcentuales respecto a la encuesta de 2018, reportada por Vázquez y Ruiz; y el perfil del candidato, el cual entre estas dos encuestas disminuyó en 11 puntos porcentuales (2019, p. 27). Estos datos nos permiten identificar a un votante que contó con información de diferentes candidaturas, y se dio a la tarea de analizarlos por separado y buscar las mejores propuestas para la elección de su representante y generar el cambio en su racionalidad electoral. Como comenta Javier Brolo, para la selección electoral un comportamiento más sencillo sería encontrar un candidato con el cual el elector nuevoleonés se sintiera identificado, y respaldar las postulaciones propuestas de su partido (2015), lo cual no ha sucedido en los últimos procesos electorales en Nuevo León.

Dos aspectos más retomaremos en este análisis para completar una parte del perfil del electorado nuevoleonés. El primer lugar, está la utilidad de las campañas electorales, y en segundo, la valoración del trabajo legislativo con base en las necesidades de la ciudadanía.

El primer tema recupera la opinión de la ciudadanía sobre la utilidad de las campañas electorales para la decisión del voto, pues los resultados de la encuesta de 2021 arrojan que concentra 72.1% la opinión aprobatoria de la utilidad de las campañas, como se observa en la Gráfica 7. Esta valoración ha mejorado respecto a los datos presentados en la encuesta de 2018, en la que los resultados de la utilidad de las campañas fueron de 55.9% de acuerdo con el análisis de Vázquez y Ruiz (2019, p. 33).

Finalmente, sobre la valoración del trabajo legislativo, este supone en el sistema de representación como parte sustantiva la generación de las leyes y normas, que serán vinculantes a la población. En este sentido, el electorado nuevoleonés es quizá lo que tiene en mente y le da su claro peso al momento de votar; o desde otra perspectiva, el voto responde por un partido para Gubernatura y por otro, para la integración de la Cámara de Diputados. Esto indica «la preferencia de los electores por gobiernos divididos y su intención de establecer

GRÁFICA 7
OPINIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LAS CAMPAÑAS PARA DECIDIR EL VOTO



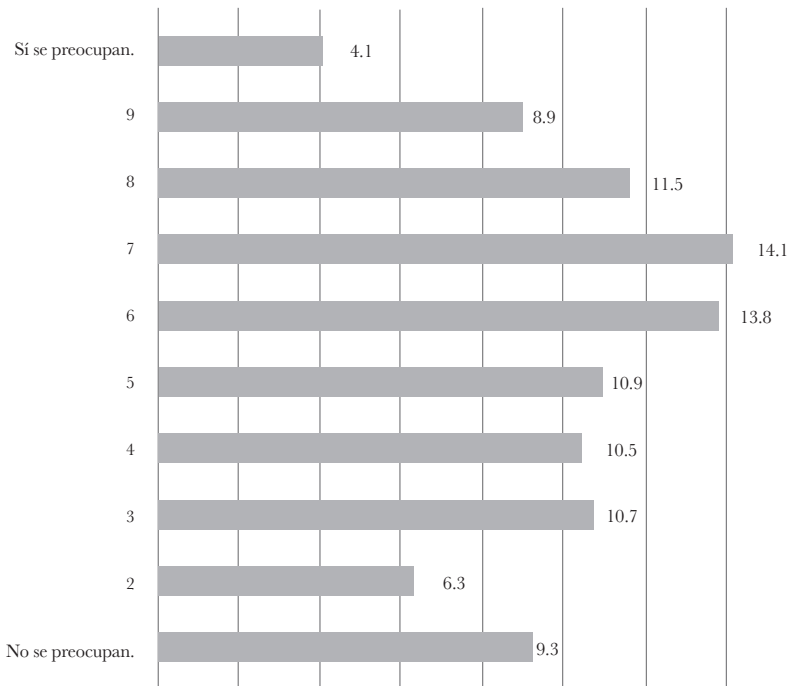
Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

pesos y contrapesos en el sistema político, aunque también refleja cierta sofisticación o baja lealtad partidista» (Izquierdo, Morales y Navia, 2008, p. 37).

La encuesta de 2021 ha utilizado una escala que va desde «No se preocupa» con calificación de 1 hasta «Sí se preocupa» como la calificación de 10, para la valoración de los trabajos legislativos. Como se muestra en la Gráfica 8, 52.4% de los electores entrevistados se concentraron en la calificación positiva entre el «Sí se preocupan» y hasta la calificación de 6; mientras que 47.7% se agruparon en las calificaciones no aprobatorias.

Esta perspectiva ha mejorado de acuerdo con los resultados de la encuesta de 2018 que era de 30.4% en relación con el trabajo legislativo, es decir, la percepción mejoró en más de 12 puntos porcentuales. (Vázquez y Ruiz, 2019, p. 33).

GRÁFICA 8
CALIFICACIÓN QUE DAN A LOS DIPUTADOS SOBRE SU TRABAJO LEGISLATIVO
FRENTE A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA



Fuente: elaboración propia con base en los datos de la encuesta Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.

De lo visto, podemos destacar algunas de las principales características de la cultura política del elector nuevoleonés que arroja la encuesta de 2021:

- La percepción de vivir en democracia es mucho mejor a nivel municipio que en el estado, y en el estado mejor que a nivel nacional.
- La cercanía a un partido político se da más en personas mayores de 50 años y del sexo masculino.
- La cercanía se encuentra más asociada al Partido Revolucionario Institucional.
- La familia es una de las instituciones más fuertes para la identificación con el partido político.
- Las mujeres y los jóvenes no se sienten cercanos a ningún partido político.
- El partido por el cual no se votaría en mayor porcentaje es por el Revolucionario Institucional.
- Se presenta una constante sobre la votación por la candidatura sin importar el partido político que lo postule.
- El elector da prioridad a las cualidades del perfil de la postulación y sus propuestas de campaña.
- Se percibe una importante utilidad de las campañas electorales para obtener información electoral y
- Se valora muy bien el trabajo de los legisladores frente a las necesidades de la ciudadanía.

CONCLUSIONES

Los resultados electorales en las dos últimas elecciones para Gobernatura, a partir de 2015 y sus antecedentes, así como dos intermedias en el estado de Nuevo León, muestran con claridad referentes de un voto dividido, cruzado o compartido. Eso ha sido resultado de una combinación tanto de variables en el plano de la cultura política como por la competencia electoral. En un sistema presidencialista como el nuestro, en los que se vota de manera separada por Gobernadores y Diputados, es un incentivo para dividir el voto.

Si le sumamos la desafección ciudadana sobre la clase política en general y los partidos políticos en particular, podemos entender la explicación a este tipo de comportamiento electoral. El voto dividido se ha evidenciado al aumentar la concurrencia electoral. En 2021, el periodo de las elecciones locales se alineó con las federales, por lo que en adelante habrá plena coincidencia federal y local en los comicios.

El voto cruzado ha conducido a la conformación de Gobiernos divididos, es decir, que los Gobernadores no han contado con mayoría absoluta en el Congreso; esto lo exhiben claramente los datos que presentamos. Al menos desde 2009, los Gobernadores de Nuevo León no han contado con la mitad más uno de los Diputados de su mismo partido. Los casos más extremos han sido el Gobernador independiente, Jaime Rodríguez Calderón, El Bronco, en el periodo 2015-2021, en el que los Diputados independientes fueron tres y uno en ambos trienios; pese a que en esencia en el caso de El Bronco, su ausencia de afiliación política llevaba implícito su división con el Congreso Local.

Sin embargo, el caso más extremo, por ser el nuevo Gobernador Samuel García Sepúlveda, abanderado de un partido político, es el del actual trienio 2021-2024, en el que los legisladores electos de Movimiento Ciudadano apenas sumaron ocho escaños: uno de mayoría relativa y siete más de representación proporcional.

La encuesta de 2021 nos ha permitido identificar algunas de las principales características de los electores neoleoneses entrevistados, y que muy probablemente, sean una constante al resto de la población en edad de votar en el estado. Además, estos datos junto con el análisis de los resultados de la encuesta levantada en 2018 nos permitieron observar una tendencia de la cultura política del electorado que reside en el estado de Nuevo León.

Varios de los reactivos de los estudios de 2018 y 2021 coinciden con la continuidad en algunas de las prácticas electorales. Por ejemplo, se da aún la estabilidad de algunos habitantes por algún partido

político y su cercanía; sin embargo, este grupo va disminuyendo y creciendo el que no está cercano a algún partido político. Las principales razones del elector para ejercer su voto, en primer lugar, se encuentran la búsqueda de cambios hacia nuevas alternativas de elección, y como segundo, influir en el rumbo del estado. El electorado nuevoleonés retoma la información principalmente de las campañas electorales, que son bien valoradas, y su voto se da bajo el análisis solo del perfil de las candidaturas y de sus propuestas de campaña, junto a eso valora de manera muy positiva el trabajo legislativo.

Podemos concluir también que este perfil del electorado tiene una tendencia a valorar su voto, ya desde el proceso electoral de 2018, y sabe que su elección será determinante y lo ejerce de manera diferenciada o cruzada entre la elección del Ejecutivo estatal y la integración del Congreso. Muy probablemente responda a un ciudadano informado y cualificado sobre su intención de establecer contrapesos en el sistema político, y en la toma de decisiones. Lo que refleja una ciudadanía comprometida por el grado de respaldo y satisfacción de vivir en democracia.

REFERENCIAS

- Brolo, Javier (2015). «Evidencia del voto cruzado en las elecciones generales del 2015 en Guatemala», *Actualidad Política. Revista de Análisis Político de Guatemala*, pp. 10-17.
- Comisión Estatal Electoral Nuevo León (2021). Perfiles del electorado nuevoleonés 2021: cultura política de la ciudadanía en el nuevo contexto electoral.
- Crespo, José Antonio (2016). *Elecciones y democracia*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos Javier (coords.) (2019). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Espinoza Valle, Víctor Alejandro (2007). Nuevo León. Elecciones concurrentes: participación y votos diferenciados. En Cortés Guardado, Marco Antonio y Espinoza Valle, Víctor Alejandro (coords.). *Elecciones concurrentes en México. Competencia, participación y voto diferenciado* (México, D. F.: Universidad de Guadalajara/Ediciones Eón.
- Fernández de Mantilla, Lya (2008). «¿Qué evalúa el ciudadano al momento de votar? Algunas apreciaciones desde el enfoque racional», *Reflexión Política*, vol. 10, no. 19, 197-204.
- Gómez Tagle Lemaistre, Silvia (2011). *Lo que ven otros ojos. Las elecciones en México 1988-2009*. México, D. F.: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- MMT Soluciones, S. A de C. V. (2021). Grupos de Enfoque por parte de MMT.
- Izquierdo Sánchez, José Miguel, Morales Quiroga, Mauricio y Navia Lucero, Patricio (2008). «Voto cruzado en Chile: ¿Por qué Bachelet obtuvo menos votos que la Concertación en 2005?» *Política y Gobierno*, vol. 15, no. 1, pp. 35-79.
- Montero Bagatella, Juan Carlos (2019). Determinantes del voto del elector nuevoleonés. En Díaz Domínguez, Alejandro y Vázquez Ferrel, Carlos Javier (coords.). *Perfiles del electorado nuevoleonés*. Monterrey, N. L.: Comi-

sión Estatal Electoral Nuevo León.

- Paye Mamani, Libertad Shriley (2017). *Análisis del voto cruzado en las elecciones nacionales 2014 y elecciones municipales 2015* (tesis de grado). Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Bolivia.
- Peschard, Jacqueline (2020). *La cultura política democrática*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- Polo Santillán, Miguel Ángel (2020). «La responsabilidad del ciudadano elector», *Apuntes de Ética Ciudadana*, no. 1.
- Puente Martínez, Khemvirg y García Méndez, Erika (coords.) (2021). *Los congresos locales en México. Un estudio comparado sobre la representación política*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto Nacional Electoral.
- Sonnleitner, Willibald (2020). «La reconfiguración territorial de las fuerzas políticas mexicanas: geografía de la fragmentación, el colapso y la recomposición del sistema de partidos (2012-2018)», *Foro Internacional*, vol. 60, no. 2, pp. 451-500.
- (2017). «Variedades del voto: hacia una sociología plural del sufragio particular. Nota de Investigación», *Estudios Sociológicos*, vol. 35, no. 104, pp. 429-448.
- Smith, Cintia (2021). «Cambio de partido de varios candidatos a puestos públicos de Nuevo León y como su agenda política no se ha modernizado», *Conecta*. Recuperado de <https://tec.mx/es/noticias/monterrey/educacion/des-alineados-opinion>
- Telles, Helcimara y Moreno, Alejandro (coords.). (2015). *El votante latinoamericano. Comportamiento electoral y comunicación política*. México, D. F.: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Cámara de Diputados, LXIII Legislatura.
- Ugalde, Luis Carlos., Moreno, Gabriel y Padilla, Ana (coords.). (2018). *Reporte electoral 2018. Los resultados de la elección federal*. Ciudad de México: Integralia Consultores.
- Vázquez Ferrel, Carlos Javier et al. (2009). *Perfil del elector neoleonés*. Monterrey, N.L.: Comisión Estatal Electoral Nuevo León/ Universidad Autónoma de Nuevo León.

ANEXOS

ANEXO I
NOTA METODOLÓGICA

Empresa encuestadora	<i>MMT Soluciones S. A de C. V.</i>																																		
Población sujeta a estudio	<i>Ciudadanas y ciudadanos mayores de 18 años, ambos sexos, con una residencia de al menos un año en el estado de Nuevo León.</i>																																		
Tipo de estudio	<i>Cuantitativo (Aplicación de estadística descriptiva).</i>																																		
Técnica de recolección de datos	<i>La técnica utilizada fue presencial (cara a cara) con cuestionario estructurado asistido por equipo móvil, aplicado por personal de MMT Soluciones capacitados exprpreso. En respuesta a la coyuntura actual, quienes encuestaron y supervisaron del levantamiento trabajaron con las medidas sanitarias e higiene recomendadas por las autoridades estatales, sin riesgo de contagio o propagación de COVID-19.</i>																																		
Marco muestral	<i>Ciudadanas y ciudadanos mayores de 18 con una residencia de al menos un año en el estado de Nuevo León y validado con su credencial para votar vigente.</i>																																		
Diseño de muestra	<i>Probabilístico por conglomerados. El proceso de selección de las personas se realiza usando un diseño de muestreo aleatorio simple, implementa el muestreo bietápico (en la primera etapa se selecciona el conglomerado y en la segunda las personas del conglomerado) en los puntos de afluencia de los municipios del estado de Nuevo León.</i>																																		
Tamaño de muestra	<i>A partir del corte de la última Lista Nominal (LN) de abril de 2021, el tamaño de la muestra fue de 1,110 encuestas para el estudio.</i>																																		
Margen de error	<i>El margen de error de la encuesta será de +/- 3 puntos porcentuales al 95% de confianza estadística.</i>																																		
Trabajo de campo	<i>Del 10 al 22 de mayo</i>																																		
Distribución de muestra	<p><i>La distribución de la muestra se realizó de manera proporcional al considerar el universo registrado por municipio en la Listado Nominal (LN) de abril del 2021, y a su vez, distribuida en las seis regiones en que está definido el estado por parte de la Comisión Estatal Electoral, la cual quedó de la siguiente manera.</i></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th><i>Región</i></th> <th><i>LN 2021</i></th> <th><i>%</i></th> <th><i>Encuestas</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>Región metropolitana</i></td> <td><i>3,429,412</i></td> <td><i>82%</i></td> <td><i>911</i></td> </tr> <tr> <td><i>Región submetropolitana</i></td> <td><i>268,138</i></td> <td><i>6%</i></td> <td><i>70</i></td> </tr> <tr> <td><i>Región norte</i></td> <td><i>58,418</i></td> <td><i>1%</i></td> <td><i>15</i></td> </tr> <tr> <td><i>Región noreste</i></td> <td><i>131,407</i></td> <td><i>3%</i></td> <td><i>35</i></td> </tr> <tr> <td><i>Región citrícola</i></td> <td><i>210,303</i></td> <td><i>5%</i></td> <td><i>55</i></td> </tr> <tr> <td><i>Región sur</i></td> <td><i>92,006</i></td> <td><i>2%</i></td> <td><i>24</i></td> </tr> <tr> <td></td> <td><i>4,189,684</i></td> <td><i>100%</i></td> <td><i>1,110</i></td> </tr> </tbody> </table>			<i>Región</i>	<i>LN 2021</i>	<i>%</i>	<i>Encuestas</i>	<i>Región metropolitana</i>	<i>3,429,412</i>	<i>82%</i>	<i>911</i>	<i>Región submetropolitana</i>	<i>268,138</i>	<i>6%</i>	<i>70</i>	<i>Región norte</i>	<i>58,418</i>	<i>1%</i>	<i>15</i>	<i>Región noreste</i>	<i>131,407</i>	<i>3%</i>	<i>35</i>	<i>Región citrícola</i>	<i>210,303</i>	<i>5%</i>	<i>55</i>	<i>Región sur</i>	<i>92,006</i>	<i>2%</i>	<i>24</i>		<i>4,189,684</i>	<i>100%</i>	<i>1,110</i>
<i>Región</i>	<i>LN 2021</i>	<i>%</i>	<i>Encuestas</i>																																
<i>Región metropolitana</i>	<i>3,429,412</i>	<i>82%</i>	<i>911</i>																																
<i>Región submetropolitana</i>	<i>268,138</i>	<i>6%</i>	<i>70</i>																																
<i>Región norte</i>	<i>58,418</i>	<i>1%</i>	<i>15</i>																																
<i>Región noreste</i>	<i>131,407</i>	<i>3%</i>	<i>35</i>																																
<i>Región citrícola</i>	<i>210,303</i>	<i>5%</i>	<i>55</i>																																
<i>Región sur</i>	<i>92,006</i>	<i>2%</i>	<i>24</i>																																
	<i>4,189,684</i>	<i>100%</i>	<i>1,110</i>																																

ANEXO II
ENCUESTA DEL ESTUDIO PERFILES DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS 2021

Llenado por la/el encuestador/a: Municipio Región

Hola, buenos (días/tardec), mi nombre es _____. Estoy realizando una encuesta para las universidades más importantes del estado y la Comisión Estatal Electoral, Nuevo León. Esta es mi identificación, la/o visitamos para conocer sus opiniones sobre la política y las elecciones en el estado de Nuevo León. Los datos que se proporcionen son totalmente confidenciales y se usan para estudios estadísticos y académicos. Agradeceríamos mucho su colaboración.

Instrucciones

(Nota preguntar siempre las preguntas filtro. Pedir y validar credencial para votar).

- ¿En qué año nació? (Si menciona el año de 2001 en adelante, agradecer y terminar).
- ¿Tiene usted credencial para votar en el estado de Nuevo León? (Si menciona que No, No sé o No contestó, agradecer y terminar).

Sí	No	En trámite	No sé.	No contestó.
1	2	3	88	99

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

1. ¿Cuál diría usted que es el problema más importante que enfrenta el país hoy en día? (No leer y aceptar una opción).
1-A. ¿Y en el estado?: _____ No sé./No contestó.

	México	Nuevo León			
a. Ninguno			a. Inseguridad (homicidios, robos, secuestros)		
b. Bajos salarios			b. Inequidad de género		
c. Corrupción			c. Injusticia		
d. Delincuencia			d. Narcotráfico		
e. Desempleo			e. Pandillerismo		
f. Desigualdad social			f. Pobreza		
g. Discriminación a minorías			g. Servicios públicos		
h. Adicciones (drogas y alcohol)			h. Impunidad		
i. Economía			i. Contaminación		
j. Educación			j. Otro: _____		
k. Falta de buenos gobernantes			k. No sé.		
l. Fenómenos naturales			l. No contestó.		
			l. Fenómenos naturales		

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

2. ¿Considera usted que hoy en día, en México, vivimos en una democracia? ¿Y en...? (Aceptar una opción por inciso).

	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No sé.</i>	<i>No contestó.</i>
<i>a. País (México)</i>	1	2	88	99
<i>b. Nuevo León</i>				
<i>c. Municipio (en el que reside)</i>				

3. ¿Con cuál afirmación está más de acuerdo? (leer alternativas y aceptar una opción).

<i>a. La democracia es preferible a cualquier otra forma de Gobierno.</i>	1
<i>b. Bajo algunas circunstancias, un Gobierno autoritario puede ser preferible.</i>	2
<i>c. Ambos son lo mismo.</i>	3
<i>d. Para algunas personas como en mi caso, no importa el tipo de Gobierno que se tenga.</i>	4
<i>e. No sé.</i>	88
<i>f. No contestó.</i>	99

4. En una escala en donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 es totalmente de acuerdo; ¿Qué tan de acuerdo se encuentra con las siguientes frases que le leeré? (Aceptar una opción por inciso) (Mostrar tarjetas).

	<i>Totalmente en desacuerdo</i>										<i>Totalmente de acuerdo</i>	<i>No sé.</i>	<i>No contestó.</i>
<i>a. La democracia es más importante que el desarrollo económico.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>b. Un Gobierno autoritario permite alcanzar más rápido el desarrollo económico.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>c. A los/las gobernantes los elegimos para que tomen las decisiones importantes por nosotros.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>d. Los/las gobernantes pueden aprovecharse de su puesto siempre y cuando hagan cosas buenas.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>e. La ciudadanía se ejerce votando en las elecciones.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>f. La ciudadanía se ejerce al hablar sobre política.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>g. La ciudadanía se ejerce al ayudar a resolver problemas de la comunidad</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>h. La ciudadanía se ejerce al pagar impuestos.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>i. La ciudadanía es ejercer derechos.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
<i>j. La democracia permite alcanzar el desarrollo económico.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

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

No sé.	No contestó.
88	99

9. ¿Usted ha votado por algún candidato/a sin importar su partido?

a. Sí b. No (Pase a 10). c. No sé. (Pase a 10). d. No contestó. (Pase a 10).

9-A. ¿Por qué razón? (No leer y aceptar una opción).

- a. Liderazgo (capaz de hacer un cambio/ despertar el entusiasmo de la gente).
- b. Carisma (inspirador, simpático, conecta emocionalmente con las personas).
- c. Carácter (seguridad en sí mismo, firme, con «don de mando»)
- d. Empatía (amigable, logra «caer bien», te identificas fácilmente con él o ella).
- e. Honestidad (no corrupto, no engaña ni dice mentiras).
- f. Experiencia (tiene trayectoria política, no es un improvisado).
- g. Inteligencia (argumenta bien, entiende los problemas y ofrece soluciones).
- h. Proactivo (con iniciativa, con energía, «movido», con ganas de hacer cosas).
- i. Cercano a la gente (cálido, que puede hablar con todo tipo de personas).
- j. Buena apariencia física (atractivo, bien vestido y peinado).
- k. Que sea hombre (no mujer).
- l. Que sea mujer (no hombre).
- m. Sencillo (humilde, no arrogante ni prepotente)
- n. Valiente (no tiene temor a represalias de parte de los intereses que pueda afectar).
- o. Comprometido con el estado (quiere el poder por una causa o ideal, no por el poder mismo).
- p. Confiable (que cumpla sus promesas de campaña).
- q. Preparado (competente para el puesto)
- r. Que sea relativamente joven (que no esté demasiado viejo).
- s. Otro: _____
- t. No sé.
- u. No contestó.

9-B. En una escala del 1 al 10, donde uno 1 es muy débil y 10 es muy fuerte, ¿qué tan fuerte es su identificación con ese candidato/a? (Leer alternativas y aceptar una opción).

Muy débil										Muy fuerte	No sé	No contestó
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

Anexos

10. ¿Por qué partido usted nunca votaría? (No leer, aceptar una opción).

- a. Partido Acción Nacional / PAN
 - b. Partido Revolucionario Institucional / PRI
 - c. Partido de la Revolución Democrática / PRD
 - d. Partido del Trabajo / PT
 - e. Verde Ecologista de México / Verde
 - f. Movimiento Ciudadano / Movimiento
 - g. Nueva Alianza Nuevo León / PANAL
 - h. Movimiento de Regeneración Nacional / Morena
 - i. Encuentro Solidario / PES
 - j. Redes Sociales Progresistas / RSP
 - k. Fuerza por México / FxM
- Otra respuesta: _____
- No sé.
- No contestó.

11. En una escala del 1 al 10, donde 1 es nada interesado y 10 es muy interesado, en general, ¿qué tan interesado está usted en la política?

Nada									Mucho	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99

12. A continuación, le leeré una lista de personas, ¿me pudiera decir con cuáles de ellas acostumbra hablar de asuntos políticos y ¿en qué grado? (Acepta una opción por inciso).

	Sí Preguntar, ¿en qué grado?			Nada o no	No aplica.	No sé.	No contestó.
	Mucho	Algo	Poco				
a. Familiares	1	2	3	4	5	88	99
b. Amigos/as	1	2	3	4	5	88	99
c. Compañeros/as de trabajo	1	2	3	4	5	88	99
d. Compañeros/as de estudio	1	2	3	4	5	88	99
e. Vecinos/as	1	2	3	4	5	88	99
f. Contactos en redes sociales	1	2	3	4	5	88	99

13. Y en particular, ¿qué tanto está siguiendo las campañas para las elecciones de este año: mucho, algo, poco o nada?

	Mucho	Algo	Poco	Nada	No sé.	No contestó.
a. Local						
b. Federal						

USOS Y COSTUMBRES DEL VOTO

14. Sabemos que algunas veces las personas no pueden ir a votar el día de la elección. ¿Usted votó en las elecciones locales de 2015?

- a. Sí b. No c. No sabe. d. No contestó.

15. Sabemos que algunas veces las personas no pueden ir a votar el día de la elección. ¿Usted votó en las elecciones locales de 2018?

- a. Sí (pasar a pregunta 17). b. No (seguir a la pregunta 16). c. No sabe. d. No contestó.

16. ¿Por qué no votó en las pasadas elecciones? (Ojo: No leer alternativas, aceptar una opción).

a. De nada sirve, todo está empeorando.	1	l. No estaba en la ciudad.	12
b. De nada sirve, todo sigue igual.	2	m. No le gustó ningún candidato/a.	13
c. Enfermedad	3	n. No se encontró en la Lista Nominal.	15
d. Falta de credencial de elector	4	ñ. No tener edad necesaria.	16
e. Falta de interés	5	o. Se acabaron las boletas.	17
f. Falta de transporte	6	p. Tener que trabajar/falta de tiempo.	18
g. Incapacidad física o discapacidad	7	q. Inseguridad	19
h. Las elecciones son fraudulentas.	8	r. Otra: ¿Cuál? _____	77
i. Llegó tarde a votar y estaba cerrado.	9	s. No sé.	88
j. Me impidieron votar en la última elección.	10	t. No contestó.	99
k. No cree en el sistema político.	11		

17. Cuando votó, ¿cuál de las siguientes razones fue la más importante para decidir ir a votar? (Leer alternativas y aceptar una opción).

a. Es mi derecho.	1	g. Me facilitaron ir a votar.	7
b. Es mi obligación.	2	h. Es una herramienta para defender mis intereses.	8
c. Influir en el rumbo del estado.	3	i. Otra: ¿Cuál? _____	77
d. Buscar que el candidato/a que apoyo gane.	4	j. No sé.	88
e. Mi familia fue a votar.	5	k. No contestó.	99
f. Deseo de cambio	6	l. Deseo de cambio	6

Anexos

18. Cuando votó, ¿cuál de las siguientes razones fue la más importante para decidir por quién votar? (Mostrar tarjetas y aceptar una opción).

a. Siempre voto por el mismo partido.
b. Las cualidades del candidato/a
c. Para premiar al partido político en el Gobierno.
d. Para castigar al partido político en el Gobierno.
e. El partido político que hace la postulación.
f. El plan de gobierno del candidato/a (propuesta).
g. Ideología
h. Otra: ¿Cuál? _____
i. No sé.
j. No contestó.

19. ¿Por qué vota siempre por el mismo partido político? (No leer alternativas y aceptar una opción).

a. Por costumbre	1
b. Por identificación partidaria	2
c. Por tradición familiar	3
d. Por ideología	4
e. Otra: ¿Cuál? _____	77
f. No sé.	88
g. No contestó.	99

20. ¿Cuál es la probabilidad de que usted vote en las próximas elecciones a celebrarse en Nuevo León? (No leer alternativa y aceptar una opción).

Muy probable	Algo probable	Poco probable	Nada probable	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	88	99
(Pasar a pregunta 21).		(Pasar a pregunta 22).		(Pasar a pregunta 23).	

21. ¿Cuál es la principal razón por la cual usted probablemente votará en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (No leer alternativa y aceptar una opción).

a. Es mi derecho.	1	h. Soy ciudadano/a.	8
b. Es mi obligación.	2	i. Porque quiero ir a anular mi voto.	9
c. Cada voto cuenta.	3	j. Para cambiar el partido en el gobierno.	10
d. Interés en que gane el candidato/a que apoyo.	4	k. Otra: ¿Cuál? _____	77
e. Apoyo a un partido político en particular	5	l. No sé.	88
f. Por tradición	6	m. No contestó.	99

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

22. ¿Cuál es la principal razón por la cual usted probablemente No votará en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (No leer alternativa y aceptar una opción).

a. Falta de medio de transporte	1	g. Incapacidad física o discapacidad	7
b. Enfermedad	2	h. Inseguridad	8
c. Falta de interés	3	i. Riesgo de contagio COVID-19	9
d. No le gustó ningún candidato/a.	4	j. Otra: ¿Cuál? _____	77
e. No cree que las elecciones sean limpias.	5	k. No sé.	88
f. Tener que trabajar/falta de tiempo.	6	l. No contestó.	99

23. A continuación, le leeré tipos de organizaciones. ¿Me podría decir, por favor, si usted en los últimos cinco años ha participado activamente en alguna de estas? (Rotar las opciones de respuesta en cada encuesta y aceptar una opción por inciso).

	No	No sé.	No contestó.	Sí
a. Sindicato	2	88	99	1
b. Partido político	2	88	99	1
c. Agrupación profesional (Ej. Barra de abogados, Colegio de médicos, etc.)	2	88	99	1
d. Cooperativa	2	88	99	1
e. Instituciones electorales (Ej. asociaciones de promoción del voto)	2	88	99	1
f. Deportiva	2	88	99	1
g. Agrupación política	2	88	99	1
h. Instituciones de beneficencia	2	88	99	1
i. Agrupación estudiantil	2	88	99	1
j. Agrupaciones religiosas	2	88	99	1
k. Organización de ciudadanos	2	88	99	1
l. Agrupación de ayuda social (Ej. Defensa de los indígenas, niños de la calle, del ambiente, etc.)	2	88	99	1
m. De vecinos, colonos, condominios de pensiones y jubilados	2	88	99	1
n. De arte y cultura	2	88	99	1
o. Grupos en redes sociales sobre temas políticos				
p. Otro grupo organizado: ¿Cuál?	2	88	99	1

Anexos

24. De las opciones que le voy a leer, ¿cuál es el medio por el que usted más se informa sobre política?

a. Los periódicos y revistas (impresos o electrónicos)
b. Medios alternativos de comunicación (Portales, blogs, iniciativas ciudadanas)
c. La televisión
d. Twitter
e. Facebook
f. Instagram
g. YouTube
h. La radio
i. WhatsApp
j. Conversaciones con amigos

24-A. Por el medio que se informa principalmente, ¿se favorece a algún partido político o candidatura independiente en particular?

a. Sí b. No c. No sé. d. No contestó.

24-B ¿Cuál candidato? _____

25. Durante el último periodo electoral, ¿usted siguió a través de las redes sociales alguna o algunas campañas políticas? (Aceptar una opción).

Sí	No	No sé.	No contestó.
1	2	88	99

26. De los siguientes medios que le voy a leer, ¿podría decirme qué tan importantes son para usted como fuentes de información en las presentes campañas electorales? (Mostrar tarjeta con escala). (Si no los usa, le pido que me diga «No aplica»).

	Muy importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante	No sé.	No contestó.	No aplica.
a. Facebook							
b. Twitter							
c. Instagram							
d. WhatsApp							
e. YouTube							
f. Periódicos digitales							

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

<i>g. Periódicos impresos</i>							
<i>h. Medios alternativos</i>							
<i>i. Revistas digitales</i>							
<i>j. Revistas impresas</i>							
<i>k. Radio</i>							
<i>l. Radio por internet</i>							
<i>m. Televisión abierta</i>							
<i>n. Televisión por internet</i>							
<i>o. Tiktok</i>							

26. De los siguientes medios que le voy a leer, ¿podría decirme qué tan importantes son para usted como fuentes de información en las presentes campañas electorales? (Mostrar tarjeta con escala). (Si no los usa, le pido que me diga «No aplica»).

	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No sé.</i>	<i>No contestó.</i>	<i>No aplica.</i>
<i>a. Correo electrónico</i>					
<i>b. Facebook</i>					
<i>c. Twitter</i>					
<i>d. Instagram</i>					
<i>e. WhatsApp</i>					
<i>f. YouTube</i>					

28. ¿Considera usted que en las presentes campañas electorales ha recibido información falsa por las opciones que le voy a leer? (Si no los usa, le pido que me diga «No aplica»).

	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No sé.</i>	<i>No contestó.</i>	<i>No aplica.</i>
<i>a. Correo electrónico</i>					
<i>b. Facebook</i>					
<i>c. Twitter</i>					
<i>d. Instagram</i>					
<i>e. WhatsApp</i>					
<i>f. YouTube</i>					

Anexos

29. ¿Usted compartió o envió información política a través de redes sociales o correo electrónico?

	Sí	No	No sé.	No contestó.	No aplica.
a. Correo electrónico					
b. Facebook					
c. Twitter					
d. Instagram					
e. WhatsApp					

30. A continuación, le leeré algunos pares de oraciones. ¿Me podría decir con cuál está usted más de acuerdo o representa mejor su opinión? (Aceptar una opción por inciso).

			No sé.	No contestó.
A	El Gobierno debe buscar una mejor distribución de los ingresos.	1	88	99
	El Gobierno no debe intervenir en la distribución de los ingresos.	2		
B	Todos/as deben pagar el mismo porcentaje de impuestos.	1	88	99
	El porcentaje de impuestos debe crecer conforme al ingreso.	2		
C	Estoy dispuesto/a a sacrificar libertades para combatir la inseguridad.	1	88	99
	No estoy dispuesto/a a sacrificar libertades para combatir la inseguridad.	2		
D	PEMEX debe ser exclusivamente propiedad del Gobierno.	1	88	99
	PEMEX debe abrirse a la inversión privada.	2		
E	El aborto debe despenalizarse.	1	88	99
	El aborto no debe despenalizarse.	2		
F	El matrimonio entre personas del mismo sexo debe permitirse.	1	88	99
	El matrimonio entre personas del mismo sexo no debe permitirse.	2		
G	La pena de muerte debe imponerse en algunos delitos como narcotráfico, secuestro, violación, etcétera.	1	88	99
	En ningún caso se justifica la pena de muerte.	2		

31. En una escala en donde 1 es de izquierda y 10 es de derecha, ¿usted cómo se considera en la política? (Aceptar una opción).

De izquierda										De derecha	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		88	99

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

32. Ahora me gustaría que ubique a los partidos políticos en la misma escala de izquierda y derecha. ¿En dónde ubicaría al... (Leer)? (No sé=11 / No contestó=12).

	De izquierda										De derecha	No sé.	No contestó.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
a. Partido Acción Nacional / PAN													
b. Partido Revolucionario Institucional / PRI													
c. Partido de la Revolución Democrática / PRD													
d. Partido del Trabajo / PT													
e. Verde Ecologista de México / Verde													
f. Movimiento Ciudadano / Movimiento													
g. Nueva Alianza / PANAL													
h. Morena													
i. Encuentro Solidario / PES													
j. Redes Sociales Progresistas / RSP													
k. Fuerza por México / FXM													

33. Ahora, me gustaría que ubique a los candidatos a la Gobernatura de Nuevo León en la misma escala de «izquierda» y «derecha». ¿En dónde ubicaría a... (LEER)? (No sé=11 / No contestó=12).

	De izquierda										De derecha	No sé.	No contestó.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
a. Fernando Alejandro Larrazábal Bretón													
b. Adrián Emilio de la Garza Santos													
c. Clara Luz Flores Carrales													
d. Samuel Alejandro García Sepúlveda													
e. Carolina María Garza Guerra													
f. Virginia Daney Siller Tristán													
g. Emilio Jacques Rivera													
h. Y al Presidente Andrés Manuel López Obrador dónde lo ubicaría en esta escala.													

EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS PARA LA VIDA DEMOCRÁTICA

34. ¿Qué tipo de experiencia ha tenido al relacionarse con políticos, gobernantes o autoridades?

Positiva	Negativa	Ambas	No sé.	No contestó.
1	2	3	88	99

35. Durante las últimas campañas electorales, ¿recibió información relevante para decidir su voto de parte de las siguientes instituciones? (Acepta una opción).

	Sí	No	No sé.	No contestó.
	1	2	88	99
a. Partidos políticos				
b. Medios de comunicación				
c. Organismos electorales				
d. Organizaciones de la sociedad civil				
e. Instituciones educativas				

36. ¿Qué información requiere para decidir su voto durante las campañas electorales? (Ojo: no leer alternativas. (Escribir la respuesta textual del entrevistado y posteriormente codifique la respuesta).

Respuesta: _____

Codificación	1ª Respuesta	2ª Respuesta	3ª Respuesta
a. Curriculum de candidato: trayectoria profesional y académica	1	1	1
b. Resultados en puestos públicos	2	2	2
c. Equipo propuesto de Gobierno	3	3	3
d. Propuestas de Gobierno	4	4	4
e. Partido político que hace la postulación	5	5	5
f. Declaración patrimonial de la o el candidato	6	6	6
g. Conflicto de interés	7	7	7
h. Otro: ¿Cuál? _____	77	77	77
i. No sé.	88	88	88
j. No contestó.	99	99	99

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

37. En una escala en donde 1 es nada de influencia y 10 es mucha influencia, dígame, ¿cómo evaluaría la influencia que tienen las siguientes opciones en su decisión de por quién votar? (Leer aleatoriamente y aceptar una opción por inciso).

	Nada Influencia										Mucha influencia	No sé.	No contestó.	No aplica
a. La familia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
b. Amigos/as	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
c. Vecinos														
d. Las y los candidatos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
e. La universidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
f. El sindicato	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
g. El partido político	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
h. Patrón/patrona (empleador/a)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
i. Compañeros/as de trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
j. Medios de comunicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
k. La Iglesia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
l. Comentarios en redes sociales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		

38. ¿Usted o un conocido han vivido alguna de las siguientes situaciones en una elección? (Leer alternativas).

	A usted	A un conocido
a. Se le ofreció una obra o prestación de servicio público por su voto.		
b. Se le ofreció un pago (dinero) por su voto.		
c. Se le ofreció una despensa por su voto.		
d. Se le amenazó respecto a una obra o prestación de servicio público.		
e. Se le amenazó en relación con su trabajo/empleo.		
f. Le ofrecieron una tarjeta prepagada.		
g. Un líder o lideresa de su comunidad le presionó para votar por un candidato/a.		
h. Le retuvieron su credencial para votar.		
i. Le impidieron asistir a eventos de campaña, como mítines, a través de la intimidación.		
j. Un/a funcionario/a de casilla le negó su derecho a votar.		
k. Lo presionaron para votar por un/a candidato/a o partido con el que usted no simpatiza.		
l. No sé.	88	88
m. No contestó.	99	99

39. ¿Recibió usted algún regalo u obsequio de alguna candidatura independiente o partido durante las elecciones de 2018? (No leer opciones, esperar respuesta).

- a. Sí b. No

39.a ¿De qué candidatura independiente o partido? (No leer opciones, esperar respuesta).

- a. Partido Acción Nacional
b. Partido Revolucionario Institucional
c. Partido Verde
d. Partido de la Revolución Democrática
e. Partido del Trabajo
f. Cruzada Ciudadana
g. Morena
h. Partido Nueva Alianza
i. Partido Humanista
j. Partido Demócrata
k. Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón «El Bronco» Candidato independiente
l. No quiso mencionar el candidato/a o partido responsable.
m. No recibió (pase a 41).
n. No sé (pase a 41).
o. No contestó (pase a 41).

39-b ¿Qué le dieron? Respuesta textual _____
(No leer, esperar respuesta y codificar).
Codificación

- a. Dinero (efectivo)
b. Monedero electrónico de alguna tienda
c. Un bien o servicio público
d. Lo inscribieron a un programa social.
e. Despensa
f. Regularizaron su predio
g. Trabajo
h. Becas
i. Otro: ¿Cuál? _____
j. No sé.
k. No contestó.

40. ¿El hecho de que le dieran algo hizo que votara por ese candidato/a o partido?

- a. Sí b. No c. No sé d. No contestó.

INTROSPECCIÓN A VALORES Y PERCEPCIÓN DE POLÍTICA Y ACTORES POLÍTICOS

41. En una escala en donde 1 es muy fraudulentas y 10 es muy limpias, en términos generales, ¿cómo considera las elecciones en...

	Muy fraudulentas										Muy limpias	No sé.	No contestó.
a. México	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
c. Municipio en el que reside	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

42. En una escala en donde 1 es muy malo y 10 muy bueno, en términos generales, ¿cómo calificaría el desempeño de las siguientes instituciones o personas? (Acepta una opción por inciso).

	Muy malo											Muy bueno	No sé.	No contestó.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99		
a. La Comisión Estatal Electoral Nuevo León														
b. Tribunal Electoral del Estado de Nuevo León														
c. Fiscalía Especializada en Delitos Electorales (FEDE)														
d. Políticos/as locales														
e. Gobernador														
f. Congreso Local														
g. Universidades														

43. En los últimos tres años, ¿cuánto cree usted que han progresado las instituciones de Nuevo León, en los siguientes aspectos? (Leer alternativas y aceptar una opción por inciso).

	Mucho	Algo	Poco	Nada	No sé.	No contestó.
a. Reducción de la corrupción	1	2	3	4	88	99
b. Rendición de cuentas						
c. Acceso a la Información/Transparencia gubernamental						
d. Combate al crimen organizado						
e. Economía y empleos						
f. Combate a la pobreza						
g. Protección a derechos humanos						
h. Atención a la violencia de género						

Anexos

44. Algunas personas dicen que los/las Diputados/as trabajan (legislan) sin tomar en cuenta las necesidades de la gente. Otras personas dicen que los/las Diputados/as si trabajan (legislan) tomando en cuenta las necesidades de la gente. Usando una escala donde 1 significa que los/las Diputados/as no se preocupan mucho por las necesidades de la gente y 10 que los/las Diputados/as si se preocupan mucho por las necesidades de la gente, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?

No se preocupan.										Si se preocupan.	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

45. Algunas personas dicen que no importa cuál partido es el que gobierna. Otras personas dicen que realmente sí importa cuál partido es el que gobierna. Usando una escala donde 1 significa que No importa qué partido es el que gobierna y 10 significa que sí hay una gran diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?

No importa que partido.										Si hay una gran diferencia.	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

46. Algunas personas dicen que las campañas políticas son necesarias y útiles para decidir por quién votar, otras dicen que no sirven para este fin. Usando una escala donde 1 significa que las campañas no sirven para este fin y 10 que son necesarias y útiles para decidir por quién votar, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?

No sirven para este fin.										Son necesarias y útiles.	No sé.	No contestó.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

47. Ahora, en general, si 1 es muy mala y 10 es muy buena, ¿cómo calificaría la situación económica actual de...? (Leer alternativas y aceptar una opción). (Leer inciso b y c).

	Muy mala										Muy buena	No sé.	No contestó.
a. México	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	
c. Personal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	88	99	

48. ¿Cree usted que en los próximos 12 meses la situación económica del país será: (Acepta una opción, leer inciso b y c).

	Mucho peor	Un poco peor	Igual	Un poco mejor	Mucho mejor	No sé.	No contestó.
a. México	1	2	3	4	5	88	99
b. Nuevo León	1	2	3	4	5	88	99
c. Personal	1	2	3	4	5	88	99

Perfiles del electorado nuevoleonés 2021

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

Anotar respuesta: _____	Respuesta correcta: 6 de junio de 2021	Respuesta correcta	Respuesta incorrecta	No sabe la respuesta
		1	2	3

50. ¿Me podría mencionar los poderes de Gobierno, o en este momento no recuerda? (No leer; marcar todas las menciones).

1 Mencionó. 2 No mencionó. No sabe. No contestó.

a. Poder Ejecutivo

b. Poder Legislativo

c. Poder Judicial

d. Otro (Si contestó otro, preguntar «¿Cuál?»). _____

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

		No sabe la respuesta.
Presidente de la república.	Nombre: _____	2
a. Gobernador del estado de Nuevo León	Nombre: _____	2
b. Presidente Municipal del municipio donde reside	Nombre: _____	2
c. Senador/a por Nuevo León	Nombre: _____	2
d. Diputado/a Federal por Nuevo León	Nombre: _____	2
e. Diputado/a Local por Nuevo León	Nombre: _____	2

52. ¿Sabe usted cuáles son los puestos públicos por los que se va a votar en las próximas elecciones en el estado de Nuevo León? (No leer opciones, seleccionar si mencionó el puesto público o no lo mencionó).

	Sí mencionó.	No mencionó.
a. Gobernador del estado	1	2
b. Diputados/as Federales	1	2
c. Diputados/as Locales	1	2
d. Presidente/a Municipal	1	2
e. No sé.	88	
f. No contestó.	99	

Anexos

53. ¿Sabe usted cuál es el nombre de la institución que organiza la elección de 2021 en el estado de Nuevo León?
(No leer alternativa y aceptar una opción).

a. Comisión Estatal Electoral/CEE	1
b. Instituto Nacional Electoral/INE	2
c. Ambas instituciones (CEE/INE)	3
d. Otra: ¿Cuál? _____	77
e. No sé.	88
f. No contestó.	99

54. ¿Usted o alguna persona que vive en su casa estuvo contagiado/a de COVID-19? (Puede marcar ambas respuestas).

- a. Yo
- b. Alguna persona que vive en mi casa.
- c. Nadie
- d. No sé.
- e. No contestó.

55. ¿Perdió su trabajo a causa de la pandemia de COVID-19?

- a. Sí
- b. No
- c. No sé.
- d. No contestó.

56. ¿Alguna otra persona habitante de su casa perdió su trabajo a causa de la pandemia de COVID-19?

- a. Sí
- b. No
- c. No sé.
- d. No contestó.

57. En una escala del 1 al 5 donde uno significa muy mala y 5 muy buena, evalúe cómo fue la respuesta a la pandemia de COVID-19, por parte de:

	Muy mala				Muy buena
	1	2	3	4	5
a. Gobierno federal					
b. Gobierno estatal					
c. Autoridad municipal					

DEMOGRÁFICOS

58. Género del encuestado: (Llenar sin preguntar).

Hombre	1
Mujer	2
Otros	

59. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentran los ingresos familiares mensuales? (Mostrar tarjetas alternativas y aceptar una opción).

Ninguno
Hasta \$2,273
\$2,274 - \$4116
\$5,560 - \$7,009
\$7,010 - \$8,430
\$8,431 - \$10,550
\$10,551 - \$12,947
\$12,948 - \$16,406
\$22,345 - \$53,606
Más de \$53,607
No sé.
No contestó.

60. ¿En qué estado nació?

1. Aguascalientes
2. Baja California
3. Baja California Sur
4. Campeche
5. Coahuila
6. Colima
7. Chiapas
8. Chihuahua
9. Durango
10. Ciudad de México
11. Guanajuato
12. Guerrero
13. Hidalgo
14. Jalisco
15. México
16. Michoacán

17. Morelos
18. Nayarit
19. Nuevo León
20. Oaxaca
21. Puebla
22. Querétaro
23. Quintana Roo
24. San Luis Potosí
25. Sinaloa
26. Sonora
27. Tabasco
28. Tamaulipas
29. Tlaxcala
30. Veracruz
31. Yucatán
32. Zacatecas
33. En otro país: _____
34. No sé.
35. No contestó.

61. ¿Cuál es su estado civil? (Aceptar una opción).

Casado/a Conviviente	1
Soltero/a	2
Separado/a	3
Divorciado/a	4
Divorciado y vuelto a casar	5
Viudo/a	6
No sé.	88
No contestó.	99

62. ¿Cuál es su nivel máximo de escolaridad? (Aceptar una opción).

Ninguna	0
Primaria incompleta	1
Primaria completa	2
Secundaria incompleta	3
Secundaria completa	4
Preparatoria incompleta	5
Preparatoria completa	6
Normal	7

Técnica incompleta	8
Técnica completa	9
Universidad incompleta	10
Universidad completa	11
Especialidad	12
Posgrado	13
No sé.	88
No contestó.	99

63. ¿Cuál es su ocupación actual? (Acepta una opción).

Ninguna	0
Ama/o de casa	1
Desempleado/a	2
Empleado/a doméstico/a	3
Empleado/a de empresa	4
Rango medio/alto en empresa	5
Empleado/a de Gobierno	6
Rango medio/alto en Gobierno	7
Estudiante	8
Jubilado/a o pensionado/a	9
Maestro/a	10
Maquiladoras	11
Negocio propio	12
Obrero/a de empresa	13
Profesionista independiente	14
Sector informal	15
Otra: ¿Cuál? _____	77
No sé.	88
No contestó.	99

64. Usted o su familia forman parte de algún programa social del Gobierno (Escribir respuesta (as) textual(es) del entrevistado)

Sí	No	No sé.	No contestó.
1	2	88	99

64-A. ¿Cuál programa social del Gobierno?

65. ¿Cuál es su religión?

Ninguna	0
Católica	1
Cristiana no católica (incluye Testigos de Jehová)	2
Otra no cristiana	3
Judía	4
Confusionismo	5
Budismo	6
Hinduismo	7
Islam (musulmana)	8
No sé.	88
No contestó.	99

66. ¿Con qué frecuencia acude a la iglesia?

1. Nunca
2. Ocasionalmente
3. Semanalmente
4. Diariamente
5. Otra _____
6. No sé.
7. No contestó.

67. ¿Pertenece a la comunidad LGBTTTIQ+?

1. Sí
2. No
3. No sé.
4. No contestó.

68. ¿Habla alguna lengua indígena?

Sí (pasar a la pregunta 69).

No (continuar a demográficos).

No sé. (continuar a demográficos).

No contestó. (continuar a demográficos).

69. ¿Qué dialecto o lengua indígena habla (nombre)?
Anoté el dialecto o lengua indígena.

- ¿Durante la aplicación de la encuesta, además de la persona entrevistada, estuvo otra persona presente escuchando la entrevista? (Aceptar una opción).

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

- ¿La persona entrevistada buscó apoyo en otro/s para responder las preguntas? (Aceptar una opción).

Sí	1
No	2

- ¿Considera que la persona entrevistada fue influenciada por otro/s para responder las preguntas? (Aceptar una opción).

Sí	1
No	2

Agradecer y terminar.

BIOGRAFÍAS

MARCELA ÁVILA-EGGLETON

Doctora en Ciencia Política por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I. Integrante de la Red de Politólogas #NoSinMujeres.

JOSÉ JUAN CERVANTES NIÑO

Doctor en Ciencias Sociales con Orientación en Desarrollo Sustentable por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. Coordinador del Instituto de Investigaciones Sociales de la Facultad de Filosofía y Letras, de la UANL.

ANA CLAUDIA COUTIGNO RAMÍREZ

Doctora en Ciencias Sociales por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS-Occidente). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I. Es Secretaria General Académica de El Colegio de la Frontera Norte.

ALEJANDRO DÍAZ DOMÍNGUEZ

Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Vanderbilt. Profesor-Investigador de la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I.

VIVIANA DÍAZ URREA

Maestra en Administración Pública y Política Pública por la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México. Especialista en Gestión Pública por la Escuela Superior de Administración Pública, Colombia.

VÍCTOR ALEJANDRO ESPINOZA VALLE

Doctor en Sociología Política por la Universidad Complutense de Madrid y en Ciencia Política por la UNAM. Investigador Nacional por el Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. Actualmente es presidente de El Colegio de la Frontera Norte.

KAROLA GARCÍA ALVARADO

Estudiante de la Maestría en Economía Aplicada de la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

LUIS ANTONIO GONZÁLEZ TULE

Doctor en Ciencia Política y Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca. Profesor asistente en el Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos en el Instituto de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Jesuita de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I.

JOSÉ MARÍA INFANTE BONFIGLIO

Doctor en Psicología por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Profesor de Teoría Social y de Metodología en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

LUIS EDUARDO LEÓN GANATIOS

Doctor en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Salamanca. Profesor de tiempo completo titular A del Departamento de Gestión Pública en la División de Derecho, Política y Gobierno en la Universidad de Guanajuato. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I.

FELIPE ALFONSO MÉNDEZ ROMO

Estudiante de Maestría en Gobierno y Políticas Públicas en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Licenciado en Derecho en la misma universidad. Becario CONACYT para estudios de posgrado.

JUAN CARLOS MONTERO BAGATELLA

Doctor en Políticas Públicas por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Profesor de la Escuela de Ciencias Sociales y Gobierno de la misma institución. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I.

EDUARDO PEREDO GÓMEZ

Estudiante de Maestría en Gobierno y Políticas Públicas en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Licenciado en Derecho en la misma universidad. También es becario CONACYT para estudios de posgrado.

AZUCENA ROJAS PARRA

Maestra en Administración Pública por la Universidad de Syracuse, Estados Unidos y politóloga por el Instituto Tecnológico Autónomo de México. Decana Regional de Occidente en la Escuela de Ciencias Sociales y Gobierno del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

JUAN MARIO SOLÍS DELGADILLO

Doctor y Máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca. Profesor-investigador en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. Coordinador Académico de la Maestría en Gobierno y Políticas Públicas y de la Maestría en Estudios sobre la Democracia y Procesos Electorales en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

CARLOS JAVIER VÁZQUEZ FERREL

Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca. Profesor-Investigador en la Escuela de Gobierno y Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores y del Comité Estatal Nuevo León de la Asociación Mexicana en Ciencias Políticas.

PERFILES DEL ELECTORADO NUEVOLEONÉS 2021

COMISIÓN ESTATAL ELECTORAL NUEVO LEÓN

Este libro se imprimió y encuadernó en papel bond ahuesado de 90 gramos para sus interiores y couché 300 gramos para la portada, en los talleres de Impresos Portales Publicidad S. A. de C. V., durante el mes de septiembre de 2022. La tirada constó de 500 ejemplares.

En su formación se utilizó la fuente Baskerville en 11.5 puntos para el cuerpo del texto.

COORDINACIÓN DEL PROYECTO

Natalia Vázquez Carlos
Técnica de Educación Cívica

Juan Pablo Estrada Huerta
Analista de Investigación

CUIDADO DE LA EDICIÓN

Cuauhtémoc Iglesias Ontiveros
Director de Capacitación Electoral

Mateo de Jesús Flores Flores
Jefe del Departamento Editorial

Alan Márquez Rodríguez
Analista Editorial

César Eduardo Alejandro Uribe
Corrector

Elena L. Herrera Martínez
Diseñadora Editorial

Magdaleno Granados Olvera
Diseñador Editorial

Dulce Carmina González de la Peña
Asistente de Diseño

Bruno Julio Santillán Rodríguez
Asistente de Corrección

Descarga la versión
digital de este libro:



5 de Mayo 975 Ote.,
Centro, Monterrey, N. L., México
81 1233 1515 y 800 CEENLMX (2336569)

www.ccenl.mx

    /ccenl.mx





La democracia se compone más de continuidades que de rupturas. Cambian las circunstancias, siglas de partidos y algunos rostros, pero prevalece una cultura política en constante crisis. Con *Perfiles del electorado nuevoleonés 2021*, la Comisión Estatal Electoral Nuevo León prosigue con las investigaciones académicas sobre votantes en el estado: analiza el voto dividido, la compra del sufragio, la influencia de la religión, la ideología y las redes sociales, así como la relación de las candidaturas independientes y el estatus socioeconómico, entre otros temas. El estudio de estas prácticas es vital rumbo a una democracia plena.

ISBN 978-607-7895-73-2



5 de Mayo 975 Ote.,
Centro, Monterrey, N. L., México
81 1233 1515 y 800 CEENLMX (2336569)

www.ceenl.mx

    /ceenlmx

COMISIÓN
ESTATAL
ELECTORAL
NUEVO LEÓN

