

# El dilema de los votantes entre candidatos honestos y competentes en las elecciones de 2018 en México y Brasil

**Voter's dilemma between honest and competent  
candidates in the 2018 elections in Mexico and Brazil**

José Daniel Sousa Oliva<sup>1</sup>

Fecha de recepción: 20 de abril del 2023

Fecha de aceptación: 07 de junio del 2023

<sup>1</sup> Nacionalidad: mexicana. Adscripción: Universidad Veracruzana  ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1052-3860> Correo: [dasousa79@gmail.com](mailto:dasousa79@gmail.com)

## Resumen

El objetivo del artículo es explicar el dilema electoral “Deshonestos, pero competentes” y “Honestos, pero incompetentes” en las elecciones de legisladores, gobernadores y presidentes municipales de 2018 en México y Brasil. Las preguntas de investigación son: ¿Por qué hay electores en México y Brasil que votan por candidatos “deshonestos”? Y ¿Cómo deciden su voto ante ese dilema los electores de esos países? El abordaje teórico de este trabajo es la psicología social a través de dos herramientas analíticas: el embudo de la causalidad y el modelo tripartito de las actitudes. La metodología es mixta, cuantitativa y cualitativa, utilizando modelos estadísticos con datos de las encuestas internacionales *World Values Survey* y *Comparative Studies of Electoral Systems*, así como la aplicación de *Focus Groups* en la modalidad a distancia. Para explicar el comportamiento electoral se propone la siguiente tipología del elector, a saber: moralista, moralista-moderado, pragmático-moderado y pragmático. Los resultados de la investigación arrojan que, primero, independientemente de las diferencias culturales, hay un “elector afectivo”, “no-racional”, que toma decisiones con base en las emociones y la intuición, demostrándose que los componentes afectivos de las actitudes son más relevantes que los componentes cognitivos en la elección electoral; segundo, que el voto en candidatos “deshonestos” es determinado bajo una mayor influencia de “factores de corto plazo”, como las características de los candidatos y los eventos coyunturales que los “factores de largo plazo”, como las lealtades partidarias y la ideología.

**Palabras clave:** política, comportamiento electoral, cultura política, democracia, opinión pública.

## Abstract

This article is dedicated to understanding and explaining the electoral dilemma “Dishonest, but competent” and “Honest, but incompetent” in the elections of legislators, governors and municipal presidents in 2018 in Mexico and Brazil. The research questions that guided the investigation are: Why are there voters in Mexico and Brazil who vote for “dishonest” candidates? And how do the voters of those countries decide their vote in the face of this dilemma? The theoretical approach of this work is Social Psychology through two analytical tools: the Funnel of Causality and the Tripartite Model of Attitudes. The methodology is mixed, quantitative and qualitative, using statistical models with data from the international surveys *World Values Survey* and *Comparative Studies of Electoral Systems*, as well as the application of *Focus Groups* in the distance modality. In this way, four categories of voter are proposed: moralist, moralist-moderate, pragmatic-moderate and pragmatic. The arguments of this work are: first, that regardless of cultural differences, there is an “affective voter” “non-rational” who makes decisions based on emotions and intuition, demonstrating that the affective components of attitudes are more relevant than the cognitive ones in electoral choice; second, that voting for “dishonest” candidates is determined under a greater influence of “short-term factors” such as candidate characteristics and short-term events rather than “long-term factors” such as party loyalties and ideology.

**Keywords:** politics, electoral behavior, political culture, democracy, public opinion.

## Introducción

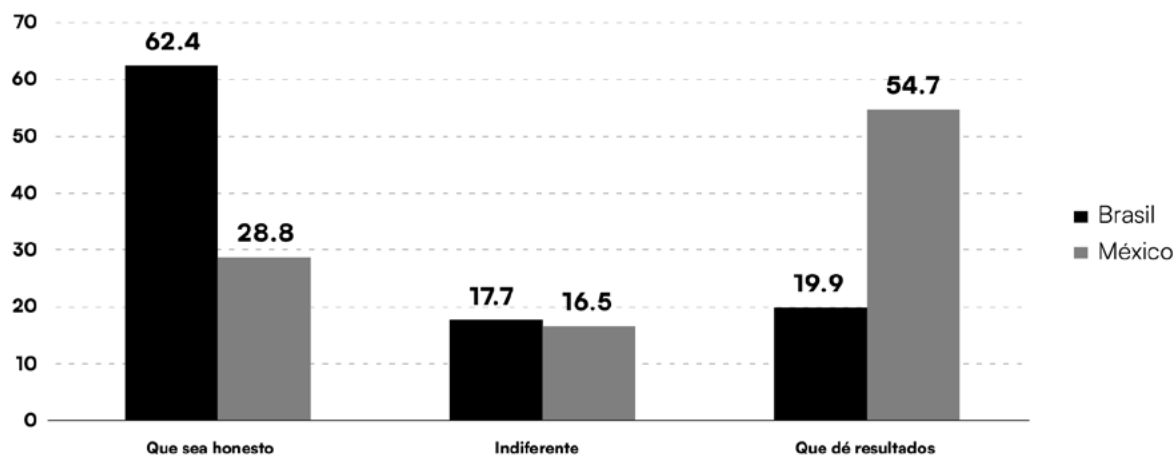
Desde la década de 1980 hasta hoy, los estudios de opinión pública y comportamiento electoral han registrado que la “honestidad” y la “competencia” han sido los atributos más valorados por los ciudadanos al momento de definir a un “buen político” (Kinder et al., 1980; Kinder, 1983; Funk, 1999; Martínez, 2016; Sousa, 2021). Paradójicamente, en la mayoría de las democracias del mundo, recientes o consolidadas, los resultados electorales se alejan de ese perfil de buen político y, en sentido contrario, cada vez hay más casos en que políticos con una trayectoria marcada por episodios de deshonestidad, escándalos de corrupción y hasta con vínculos con actividades criminales, ganan apoyo en las urnas en vez de desaprobación. Muchos de éstos consiguen la reelección e incluso obtienen diferencias significativas en la votación (Rundquist et al., 1977; Ockey, 1998; Besley, 2005; Chang et al., 2010; Vaishnav, 2011).

Si bien en el sudeste asiático y Europa hay casos más notorios que llamaron la atención de los científicos sociales, América Latina no escapa a este fenómeno, que ha sido poco estudiado, por lo que es importante evaluarlo en democracias de consolidación más recientes o incluso incompletas. México y Brasil se encuentran entre las diez democracias más grandes del mundo (cuarta y novena, respectivamente) y son los países más grandes de América, excluyendo a Estados Unidos. La comparación entre estos países se justifica por el hecho de descubrir cómo, en culturas políticas diferentes, se produce un fenómeno similar: el voto por “candidatos deshonestos”, lo que permitiría comprender y explicar cómo la gente decide su voto.

Según la última encuesta de *World Values Survey* (WVS) de 2018<sup>2</sup>, en Brasil la mayoría de los encuestados (62.4%) dijo que prefiere un líder político “honesto” a un líder “que da resultados” (19.9%). Mientras que en México ocurre lo contrario, la mayoría de los ciudadanos prefiere un líder político “que da resultados” (54.7%) a uno “honesto” (28.8%), ver gráfica 1. En el caso específico de Brasil, si la mayoría de la gente prefiere líderes políticos honestos a líderes políticos competentes, según los datos de WVS 2018, ¿por qué en varios casos políticos con un historial de deshonestidad tuvieron éxito en las elecciones? Y en el caso de México, ¿el hecho de que prefieran, en su mayor parte, líderes políticos competentes implica tolerancia a ciertos grados de deshonestidad? Por tanto, para esta investigación fue necesario analizar cualitativamente los diferentes componentes de las actitudes políticas (cognitivas, afectivas y conductuales) y medir la fuerza de estas actitudes (*attitude strenght*) para determinar qué aspectos actitudinales son más influyentes en los votantes al momento de ser expuestos ante el dilema electoral propuesto.

<sup>2</sup> La encuesta WVS es citada en las referencias como Haerper et al., 2020.

**Gráfica 1. Elección entre un líder político honesto y un líder político competente en Brasil y México 2018 (%)**



Fuente: Elaboración propia con datos de Haerper et al., 2020.

El objetivo de esta investigación es comprender y explicar el fenómeno electoral respecto a la elección entre honestidad y competencia en las elecciones de México y Brasil en 2018. Como resultado de lo anterior, se busca realizar aportes teóricos sobre lo que lleva a los electores a votar por candidatos “deshonestos”, a través de un análisis de las actitudes de los votantes de estos países y la forma en que deciden su voto ante el dilema de la honestidad o la eficiencia.

Por tanto, el problema de investigación es ¿por qué hay votantes en México y Brasil que votan por candidatos deshonestos? Y ¿cómo deciden los votantes de estos países su voto ante el dilema honestidad/competencia?

El argumento de este artículo es que, independientemente de las características históricas de cada país, existe un votante “afectivo”, “no racional”, cuyo comportamiento electoral está marcado por decisiones motivadas por elementos afectivos y emocionales, que tienen un mayor peso que los aspectos cognitivos, entendidos como valores y creencias. Por tanto, en determinadas situaciones, todos los votantes podrían cambiar su orientación de voto, incluso en contra de sus principios. Por otro lado, lo que lleva a los votantes a elegir un líder político deshonesto ante el dilema propuesto anteriormente es el hecho de que hay una parte del electorado que se caracteriza por ser pragmático y por admitir grados de tolerancia a la deshonestidad cuando un candidato se presenta como competente. En este sentido, la orientación de estos votantes se centra en factores de corto plazo, como la identificación personal con el candidato, los lazos afectivos y emocionales, la evaluación del gobierno y la percepción de la economía, que son más influyentes que los de largo plazo, como aspectos sociodemográficos, identidad e ideología partidaria en el comportamiento electoral de estos países.

El artículo se compone de seis secciones. En la primera, se define el objeto de estudio y el concepto de “candidatos deshonestos” y se discuten los trabajos pioneros al respecto. En la segunda, se analizan las perspectivas teóricas que justifican la elección del abordaje de la psicología social para explicar el voto ante este fenómeno electoral específico. En la tercera sección se explica la metodología utilizada en la investigación. En las secciones cuatro y cinco se discuten los hallazgos cuantitativos y cualitativos, respectivamente, para determinar las variables importantes para elegir a un “deshonesto, pero competente” así como para comprender cómo los votantes definen su voto ante este dilema electoral. En la última sección se presentan las conclusiones de la investigación.

# 1. Candidatos “deshonestos” y comportamiento electoral

En los últimos años ha habido un interés académico en analizar por qué los candidatos con antecedentes penales prosperan en las democracias electorales. En la literatura internacional, el enfoque de los estudios se ha centrado principalmente en cómo los partidos políticos nominan a sus candidatos (Vaishnav, 2011), principalmente para analizar la democracia en India. En otra perspectiva, se ha analizado cómo la delincuencia interfiere en los procesos electorales y sus efectos en la democracia (Ockey, 1998; Besley, 2005; Chang et al., 2010; Vaishnav, 2011; Pérez, 2015; Schedler, 2014). El enfoque para este artículo es el comportamiento electoral, específicamente la decisión de votar por candidatos “deshonestos”, lo cual ha sido poco estudiado.

El concepto de “candidato deshonesto” se centra en el campo de las percepciones de los votantes, sobre el comportamiento inmoral y reprobable de los políticos, que sólo se conoce públicamente a través de los medios de comunicación y conversaciones políticas, y no a través de enjuiciamientos o condenas. La percepción de deshonestidad no implica necesariamente la culpa de los involucrados, como señala Rennó (2007) al diferenciar percepciones de corrupción versus acción criminal, sentencias y condenas. En vez de eso, se trata un juicio del deber ser, como toda norma<sup>3</sup> ética, ya que nos referimos a un orden moral, no jurídico. Así, la deshonestidad de un líder político es la percepción de una violación de las normas éticas en cuanto al tratamiento de los asuntos públicos, el hecho de no seguir una determinada conducta esperada, la cual no necesariamente podría derivar en una sanción. Se trata de la percepción de la gente respecto a una desviación de los valores morales tanto públicos como privados. Para este trabajo retomamos el enfoque de Rennó, considerando a la “deshonestidad” de los candidatos a partir de las percepciones de los votantes, independientemente de que haya o no procesos judiciales.

Al respecto, existen algunos trabajos que explican la elección entre corrupción y moralidad en la política (Lane, 1962; Rundquist et al., 1977; Peters y Welch, 1980; Bezes y Lascoumes, 2005; Rennó, 2007; Winters y Weitz-Shapiro, 2013; Esaiasson y Muñoz, 2014; Martínez, 2016; Barbosa, 2020; Sousa, 2021). Robert Lane (1962), por ejemplo, observa que todos los políticos son levemente corruptos, pero hay límites, por lo que se tiene en cuenta el posicionamiento político más que las transgresiones morales a ojos del electorado. En la misma línea, Peters y Welch (1980) explican que la dirección del voto varía según la gravedad del crimen de los políticos. Lo anterior supondría que existen grados de tolerancia y que éstos pueden variar con el tiempo.

Rundquist et al. (1977) son los pioneros del enfoque de “*The Trade-off Hypothesis*”, que coloca a los votantes en un dilema entre elegir políticos corruptos, pero competentes. Estos autores concluyen que lo que explica el voto es una *negociación implícita*, esto es, una conexión entre las posiciones de los candidatos sobre ciertos temas (aborto, preferencias sexuales, Estado versus mercado), y la preferencia de los votantes por estos asuntos, de modo que los votantes darían menos peso al trasfondo de corrupción si el candidato tiene una posición similar sobre algún tema específico con el votante.

Para Bezes y Lascoumes (2005), el requisito de moralidad de los funcionarios electos es menos importante que otros elementos. Los autores reconocen que existe una expresión de desconfianza y crítica por parte de una gran cantidad de ciudadanos hacia los funcionarios del gobierno por casos de corrupción, pero los ciudadanos mantienen relaciones complejas con la política, ya que los temas relacionados con la probidad pública tienen diferente ponderación.

<sup>3</sup> Norma se refiere a un comportamiento esperado dentro de una escala de valores dominantes en una sociedad, y por tanto, dicho comportamiento sería algo normal (Reale, 2001).

Rennó (2007), al analizar las elecciones presidenciales brasileñas de 2006, en las cuales el presidente Luiz Inácio Lula da Silva fue reelecto, se pregunta cómo ganó la elección un gobierno involucrado en tantos escándalos de corrupción. Según el autor, las variables de corto plazo, como el desempeño del gobierno y la percepción de la economía, fueron más influyentes que la corrupción. Si bien en el caso brasileño el voto retrospectivo es ambivalente, en el sentido de que no es posible explicarlo desde un sólo elemento, factores de largo plazo como la ideología y el partidismo también pesaron en esta elección, aunque en menor grado que los elementos de corto plazo.

En otro estudio, Winters y Weitz-Shapiro (2013) concluyen para el caso brasileño que los votantes no están dispuestos a ignorar la corrupción a cambio de recibir bienes públicos cuando tienen la certeza, a través de información específica y confiable, de la existencia de comportamientos corruptos. Así, los autores argumentan que un votante informado penaliza a los políticos calificados de corruptos, incluso en un país como Brasil, con un historial de tolerancia a la corrupción.

Esaiasson y Muñoz (2014) probaron la teoría original sobre la paradoja entre corrupción y competencia (Rundquist et al., 1977) al analizar a dos países miembros de la OCDE: Suecia, con un bajo nivel de corrupción, y España, con un nivel de corrupción medio. Los autores contradicen las explicaciones de que los votantes realizan un cálculo racional de costos y ganancias para elegir candidatos corruptos. Más bien, proponen que los factores psicológicos pueden influenciar la decisión electoral y concluyen que en ambos países la corrupción es percibida como menos grave cuando un candidato se presenta ante los electores como competente.

Por otro lado, Martínez (2016) describe cómo son los electores que votan por candidatos “deshonestos, pero competentes” y explora cómo se produce esta elección. El estudio se enfoca en Costa Rica en elecciones presidenciales de 2006 y concluye que las variables importantes en la elección de candidatos deshonestos son el conocimiento político (o sofisticación política), los ingresos, edad y sexo. Los aportes de Martínez (2016) dan sustento a la variable dependiente de esta investigación al respecto de que existe un dilema para los votantes entre honestidad y competencia.

Recientemente, Barbosa (2020) descubrió que en Brasil ya no hay aceptación del llamado “*rouba, mas faz*”<sup>4</sup> que significa “roba, pero hace” o “roba, pero entrega resultados”; por el contrario, dado que la honestidad es el valor fundamental de un candidato, hoy se produciría más bien un fenómeno de “no hace, pero al menos no roba”. Los hallazgos más importantes apuntan a que la población puede diferenciar entre niveles de corrupción, pero sólo en escenarios de alta competencia, y también que, cuando un candidato es deshonesto y tiene poca capacidad administrativa, es descartado por el votante, y, por tanto, en algunos segmentos, puede ocurrir un “roba, pero hace”, aunque no de forma predominante.

En general, en la literatura sobre el tema en México y Brasil, los estudios sobre el comportamiento de los votantes se han centrado en las divisiones sociales, elementos étnicos y raciales en las preferencias de los votantes (Domínguez y Lawson, 2003; Telles y Moreno, 2013); en identificación partidaria y participación electoral (Moreno, 2003; Lupu, 2014; Carlin; Love, 2014); la independencia partidista (Temkin y Cisneros, 2015; Cisneros, 2023); en las dimensiones ideológicas y competencia política (Singer, 1999; Zechmeister, 2015; Baker y Greene, 2015); en las percepciones de corrupción y clientelismo (Gélineau y Singer, 2015; Pérez, 2015; Kitschelt y Altamirano, 2015; Manzetti y Rosas, 2015; Barbosa, 2020). Sin embargo, aún existe un vacío en los estudios de comportamiento electoral que permitan explicar por qué en estas democracias latinoamericanas los votantes eligen candidatos deshonestos.

4 La frase “*rouba, mas faz*”, además de estar en el léxico electoral, es un concepto de la cultura política brasileña desde la década de los años cincuenta del siglo pasado. Esta dicotomía indica una disyuntiva entre honestidad y competencia, la cual ha sido medida en las encuestas del *Estudo Eleitoral Brasileiro* (ESEB) en 2002 y sólo hasta 2018. Para mayor detalle, consultar la tesis doctoral del autor señalada en las referencias.

## 2. Enfoques de la teoría del votante

El estudio del comportamiento electoral se puede condensar en cuatro enfoques principales: los modelos sociológicos, psicosociales, de elección racional y de clivajes. Estas teorías compiten por explicar el mismo fenómeno, que se traduce en el momento en que un individuo es llamado a elegir políticamente a través del voto, y tratan de responder por qué la gente vota o no y, al votar, por qué vota en una determinada dirección (Figueiredo, 1991). Todas estas teorías buscan tener una capacidad predictiva del comportamiento futuro de los votantes, aunque las críticas de cada uno y las paradojas en sus proposiciones llevan a pensar que en algunas situaciones ninguna de ellas tiene un poder explicativo absoluto para comprender todos los conjuntos posibles de acciones de los votantes.

Nuestro enfoque está en la segunda pregunta: ¿por qué los votantes votan en una dirección determinada? Esta investigación parte de los supuestos teóricos del paradigma psicosocial, al analizarse las actitudes de los votantes y sus componentes cognitivos, afectivos y conductuales, dado que el argumento más factible, como se verá más adelante, es que las emociones son un fuerte determinante del comportamiento electoral de nuestro objeto de estudio.

Se descarta utilizar la teoría de la elección racional porque asumimos el argumento de que existe un votante “no racional”, “emocional” y volátil, que toma decisiones con base en una conexión con los candidatos o liderazgo político a través de imágenes y elementos simbólicos y de forma subjetiva y emocional (Tversky y Kahneman, 1981; Kahneman y Tversky, 1982; Kahneman, 2011; Silveira, 1998; Lakoff, 2009; Lavareda, 2011).

Prescindimos de la teoría sociológica, pues plantea como su proposición principal que los votantes se comportan según el precepto de la conciencia de clase, es decir, que un votante decide su voto por candidatos o partidos que tienen identificación con esa clase. De esta forma, el flujo de la causalidad del voto parte primero de una “situación de clase”, luego de una “conciencia de clase” y, finalmente, se decide por un “voto de clase”. Asimismo, descartamos el enfoque de clivaje, ya que la hipótesis no apunta a una respuesta sobre la división de votantes a favor o en contra de temas específicos.

El paradigma psicológico-social de la Universidad de Michigan analizó inicialmente al votante estadounidense con las contribuciones pioneras de Campbell y Kahn (1952) sobre cómo los ciudadanos eligen a un presidente; posteriormente, desde una perspectiva más general, Campbell et al., (1954) se centraron en cómo deciden los votantes, que más tarde dio lugar al texto clásico *The American Voter* (Campbell et al., 1960), enfoque que se ha aplicado a otros contextos como *The Mexican Voter* (Moreno, 2003), *The European Voter* (Thomassen, 2005), *The Latin American Voter* (Carlin et al., 2015) y, recientemente, *The Taiwan Voter* (Achen y Wang, 2017).

Desde esta perspectiva, surge una herramienta analítica muy utilizada, denominada embudo de la causalidad, en la que “el voto es el último eslabón, el acto político final, de una serie de factores o causas que lo preceden, que van desde los más amplios y generales hasta el más específico y particular, de ahí la alegoría del embudo” (Moreno, 2014, p. 16). Entre los factores de largo plazo se encuentran las variables socioeconómicas y demográficas de los votantes, como género, edad, grupo racial, étnico o lingüístico, región en la que viven, nivel educativo, ingresos, nivel socioeconómico, clase social, inserción en el mercado laboral, religión y religiosidad, entre otros, que diferencian a los votantes en términos sociológicos (Moreno, 2014). A través de estos factores, las explicaciones del comportamiento electoral se basan en la estructura social de las personas.

Por otra parte, los factores de corto plazo considerados en el esquema del embudo son variables como la imagen del candidato, los antecedentes socioeconómicos y la información en los medios. Dichos elementos son parte del último eslabón en el embudo de causalidad, el que precede a la votación. En este

sentido, la apreciación del votante lleva a razonar si le gusta o no el candidato, si es capaz o no de dar resultados (respuestas inmediatas a los problemas de los votantes) y si es la persona más conveniente.

Según Achen y Wang (2017), los aportes de Campbell y sus colegas sugieren poca importancia al candidato en su modelo, tratándolo sólo como un factor idiosincrásico y de corto plazo, que está dominado por otras variables de largo plazo, como identificación partidaria y posiciones políticas. Así, el modelo de estos autores ha sido criticado por dar poca importancia al candidato como variable explicativa. A partir de ahí, los investigadores se centraron en las características del candidato a las elecciones presidenciales (Wattenberg, 1991; Miller y Shanks, 1996; Niemi y Weisberg, 2001; Achen y Wang, 2017).

Medir las actitudes cercanas al voto tiene un gran poder explicativo cuando las encuestas se realizan cerca de las elecciones, ya que, para Miller et al. (1996), es más confiable medir las actitudes actuales que las pasadas. Por otro lado, saber que las variables de corto plazo son importantes en la decisión de votar, permite abrir líneas de investigación para medir su influencia.

Así, estas variables de corto plazo serían más adecuadas para explicar el comportamiento de los votantes mexicanos y brasileños en su elección de candidatos deshonestos. La herramienta teórica expuesta permitió establecer para esta investigación un conjunto de variables independientes de nuestro objeto de estudio.

Desde las contribuciones de Campbell et al. (1960) hasta los estudios más recientes, pueden resumirse tres hipótesis generales para el análisis del comportamiento electoral: a) Identificación partidaria; b) Actitudes sobre posiciones políticas; y c) Características de los candidatos. En este trabajo nos enfocamos en el último aspecto, en específico, en las características de los candidatos como la moralidad, honestidad y competencia, pero desde una perspectiva en la que los electores deciden su voto a través de las emociones. Además de las hipótesis clásicas del comportamiento electoral, relativas al partidatismo y a la ideología, existe una línea más reciente que explora la toma de decisiones de los electores desde la perspectiva de las emociones, postulando que los votantes son más irracionales que racionales.

Este abordaje enuncia que las emociones pueden desempeñar un papel relevante al momento de la decisión del voto y que tendrían mayor impacto que los aspectos racionales (Tversky y Kahneman, 1981; Kahneman y Tversky, 1982; Kahneman, 2011; Silveira, 1998; Lakoff, 2009; Lavareda, 2011; Sousa, 2021). Silveira (1998) define al votante “no racional” como un ciudadano común que no tiene sofisticación política (poco informado y poco participante), pero sí sentimientos desarticulados, compuestos por estados de ánimo e impulsos afectivos. Su comportamiento es contrario a la hipótesis de la racionalidad, en la que el votante sería racional, calculador e informado y que reacciona de acuerdo con sus intereses y, por tanto, construye una preferencia de voto lúcida.

En contraste, el “votante no racional” toma sus decisiones con base en imágenes y elementos simbólicos asociados a la disputa electoral. En este sentido, Silveira (1998) considera que los votantes, para castigar a los políticos corruptos, creen en el mito de un líder fuerte, enérgico y dictatorial que usa la fuerza; creen en el gobernante moralmente ejemplar y bienintencionado capaz de liderar una “cruzada” contra la corrupción y la inmoralidad administrativa.

## 2.1 Actitudes y elección electoral

Para analizar las actitudes en el ámbito del comportamiento electoral, primero es necesario colocar un marco referencial de conceptos. Las actitudes, según Bizer et al. (2006), son evaluaciones relativamente duraderas que una persona mantiene sobre personas, objetos, temas y conceptos. Así como las actitudes de los consumidores guían sus decisiones sobre qué productos comprar, las actitudes de los ciudadanos afectan las decisiones de los votantes sobre qué candidatos elegir.



Las actitudes, según Bizer et al. (2006), están formadas por tres componentes: a) Cognitivo, que se refiere a pensamientos y creencias sobre objetos, temas y conceptos; b) Afectivo, que son los sentimientos, estados de ánimo y emociones de las personas sobre el objeto de la actitud; y c) Conductual, que es la forma en la cual la persona ha actuado o actuará en el futuro en relación con el objetivo. Este conjunto de componentes propuesto por Bizer et al. (2006) recibe el nombre de modelo tripartito de actitudes. En este contexto, como cada elemento es positivo, genera una actitud positiva general sobre el objeto, aunque pueden darse algunos casos en los que los componentes no sean consistentes, ya que una persona puede mostrarse positiva con respecto a los elementos afectivos y conductuales, pero negativa en el sentido cognitivo. En este caso, según estos autores, la actitud general sobre el objeto puede dar más peso a unos componentes que a otros.

De la misma forma, Bizer et al. (2006) plantean los siguientes conceptos: el cambio de actitudes (*attitude change*), definido como un proceso en el que la evaluación de una persona de ese objetivo se vuelve más positiva o negativa. La fuerza actitudinal (*attitude strength*) es la medida en que una actitud es persistente en el tiempo, que resiste los intentos de persuasión e influencia en el comportamiento y la cognición (Petty y Krosnick, 1995; Bizer et al., 2006). La fuerza actitudinal, de acuerdo con estos investigadores, se puede medir a través de cuatro aspectos: 1) respecto a las actitudes que persisten en el tiempo; 2) actitudes que resisten los intentos de persuasión; 3) en qué medida predicen procesos cognitivos; y 4) la medida en que predicen el comportamiento. Con base en este esquema conceptual actitudinal y mediante la aplicación de grupos focales, analizamos las actitudes de las personas sobre cómo toman decisiones cuando están expuestas al dilema de líderes políticos “deshonestos, pero competentes” y “honestos, pero incompetentes”.

### 3. Metodología

La investigación es comparativa entre dos países, Brasil y México, mediante un enfoque metodológico mixto en dos fases, secuencialmente, la primera cuantitativa y la segunda cualitativa. En este sentido, seguimos tanto procesos deductivos como inductivos, ya que, a partir de la teoría, establecen hipótesis a confirmar, pero también plantean interrogantes a través de la observación y análisis de elementos empíricos.

La investigación se realizó en el marco de las elecciones generales de 2018 en México y Brasil. Ese año se justifica por la importancia de dichos procesos electorales: En Brasil, fue la primera elección después del juicio político a la expresidenta Dilma Rousseff y, en México, es la elección más ideológica desde la consolidación del PRI en el poder político. Adicionalmente, en ese año se implementó la séptima ola de la encuesta WVS, que incluyó una pregunta que fue desarrollada para este estudio.

#### 3.1 Fase cuantitativa

La primera fase es una metodología cuantitativa, que utiliza datos de encuestas internacionales, como *World Values Survey* (WVS) y *Comparative Studies of Electoral Systems*<sup>5</sup> (CSES), en Brasil y México, con el objetivo descubrir qué atributos de un candidato prefieren los votantes. Para esta investigación, se creó una pregunta específica implementada en la séptima ola de la WVS, tanto para Brasil como

5 En el caso de Brasil, el proyecto es implementado por el *Centro de Estudos de Opinião Pública* (CESOP), con la encuesta *Estudo Eleitoral Brasileiro* (ESEB), mientras que en México, el Estudio Nacional Electoral Mexicano (ENEM) es conducido por Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).

para México, que mide la elección entre honestidad y efectividad de un candidato a un cargo electivo:

**Q234a. ¿Y qué es lo mejor en su opinión? ¿Un líder político honesto o un líder político que entrega resultados?**

La pregunta explora una disyuntiva en la preferencia de dos cualidades de “buen político” señaladas en la literatura discutida en las páginas anteriores. Las opciones de respuesta estaban en una escala del 1 al 5, donde 1= “Honesto” y 5= “Dar resultados”<sup>6</sup>. De este modo, números más altos en ese rango implican la preferencia de un político que entrega resultados a la población en detrimento de su honestidad. Por el contrario, los números más bajos de la escala indican preferencia de la honestidad en menoscabo de los resultados. De esta manera, se nombró a la variable dependiente “Deshonestos, pero competentes”.

Para complementar esta pregunta, se utilizaron otras preguntas de WVS como variables independientes para conocer los factores causales de la elección de un líder político “deshonesto, pero competente”. A partir de ahí, se realizó un modelo de regresión lineal múltiple, que usó como variable dependiente “Deshonesto, pero competente” que se deriva de la pregunta Q234a de WVS. Las variables independientes fueron las consideradas a partir del esquema del embudo de la causalidad de la perspectiva teórica psicosocial, justificándose también en la literatura presentada anteriormente<sup>7</sup>.

Sin embargo, debido a que el número de variables independientes fue considerable, para disminuir el número de factores en el modelo de regresión fue necesario realizar previamente un análisis bivariado para conocer qué variables se correlacionaban con la variable dependiente, “Deshonesto, pero competente”. De este modo, se excluyeron del modelo las siguientes variables de largo plazo: partidismo, clase social, nivel educativo, nivel de ingresos, sexo. También, las variables de corto plazo: evaluación de la economía; líder técnico, líder religioso (ambas relacionadas a las características de los candidatos); medio tradicional y medio digital (que indican por cuál medio de comunicación se informa el entrevistado).

## 3.2 Fase cualitativa

La segunda fase consistió en una metodología cualitativa, utilizando la herramienta *Focus Group*, la cual permitió conocer cómo el elector decide su voto, profundizando las explicaciones de los hallazgos cuantitativos<sup>8</sup>. Debido al contexto de la pandemia COVID-19, se consideró optar por la modalidad de *Focus Group Online*, que mantiene un formato sincrónico a través de videoconferencias. Se realizaron cinco grupos focales en total, dos grupos por cada país, además de un grupo focal piloto para mejorar la técnica. Cada grupo estuvo conformado por seis participantes, tres hombres y tres mujeres de diferentes regiones de Brasil y México<sup>9</sup>. Para cada país se realizó un grupo focal con jóvenes y otro con adultos. El criterio de rango de edad se fundamenta en el estudio de Martínez (2016).

<sup>6</sup> La pregunta fue formulada por el autor. Agradecemos los comentarios para su mejora y el apoyo para su implementación en la última ola de WVS, tanto en Brasil como México a los doctores: Carlos Henrique de Castro, director de WVS Brasil y profesor de la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Alejandro Moreno Álvarez, director de WVS México y profesor del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM); también a Daniel Capistrano, vicedirector de WVS en Brasil, por sus valiosos aportes.

<sup>7</sup> Los lectores podrán encontrar a detalle el conjunto original de variables y las preguntas de la encuesta *World Values Survey* de las que se derivan en la tesis doctoral del autor que se incluye en las referencias.

<sup>8</sup> A este tipo de *Focus Group* se le conoce como *supplementary source of data*, ya que se tiene como investigación primaria un estudio cuantitativo al cual se le da seguimiento y profundidad con la fase cualitativa (Morgan, 1997).

<sup>9</sup> Aprovechando las ventajas de esta modalidad, que permite a los participantes estar separados geográficamente, se reclutaron personas de diferentes regiones de los países para cada grupo, con el fin de traer diferentes contextos sociales a las discusiones.

Brasil tiene cinco regiones, de modo que cinco participantes pertenecían a cada región y uno más repetía la región más poblada (Sureste); en México hay ocho regiones y fueron recategorizadas en cinco, de forma similar en Brasil, teniendo dos participantes en la región Centro, donde hay mayor población.

Los participantes de ambos países fueron sometidos a un experimento que utilizó cuatro pares de viñetas<sup>10</sup> que muestran las trayectorias de candidatos que compitieron en las elecciones de 2018 para senadores, diputados federales y locales, así como presidentes municipales. Tres pares de viñetas se presentaron en video, en formato de un noticiario, con el fin de apelar a las emociones de los participantes y un par más de forma escrita. Así, se presentaron dos tipos de perfiles de candidatos: “Deshonesto, pero competente” y “Honesto, pero incompetente”, lo que lleva al elector a elegir sólo a uno, justificando y debatiendo sus respuestas.

### 3.3 Hipótesis

Por tanto, en primer lugar, partimos de que la decisión de votar ( $y$ ) en general está determinada más por variables de corto plazo (características de los candidatos,  $x_3$ ) que por variables de largo plazo (partidismo,  $x_1$  y posiciones político-ideológicas,  $x_2$ ). Para dar respuesta directa a las preguntas que orientan la investigación, se formularon las siguientes hipótesis, las cuales se derivan de una revisión teórica y que fueron probadas cuantitativa y cualitativamente:

H1. El voto por candidatos “deshonestos” ( $y$ ) ocurre en mayor medida cuando los políticos se presentan como “eficientes” y “competentes” ( $x_3$ ) a un electorado más influenciado por variables de corto plazo que por variables de largo plazo ( $x_1$  partidismo,  $x_2$  posiciones político-ideológicas).

Por otro lado, para responder a la pregunta “¿Cómo deciden los votantes de estos países su voto ante el dilema honestidad/competencia?”, la hipótesis es que:

H2. La elección entre el dilema “deshonesto, pero competente” y “honesto, pero incompetente” ( $y$ ) está determinada más por elementos actitudinales afectivos que por los aspectos cognitivos de las actitudes políticas.

## 4. Determinantes de la elección entre honestidad y resultados

En esta sección se discuten los resultados de la fase cuantitativa en la que se utilizó como variable dependiente “Deshonesto, pero competente” utilizando como variables independientes los factores de corto y largo plazo del embudo de la causalidad del voto, teniendo en cuenta también las variables utilizadas por los autores mencionados y las que resultaron significativas en el análisis de los datos de WVS.

Es necesario señalar que al analizar los datos de WVS y del CSES fue posible observar que para ambos países hubo una disminución de la capacidad explicativa del partidismo en el voto, debido a un creciente antipartidismo en los últimos años. En contraparte, existe un aumento en la influencia de la ideología en

<sup>10</sup> Para mayor detalle de las viñetas y los guiones de temas aplicados en los *Focus Group* pueden consultarse en el espacio de *ResearchGate* o en la tesis doctoral del autor que se incluye en las referencias.

el voto<sup>11</sup>. A decir de Moreno (2018) en México hay electores “más antipartidistas, más ideologizados y más internetizados”. Lo mismo se puede aseverar para Brasil de acuerdo con los datos para 2018.

En concordancia con los resultados de la regresión lineal múltiple (tabla 1), tanto para Brasil como para México, las variables tradicionales de “partidismo” e “ideología”, categorizadas como de largo plazo en el esquema del embudo de la causalidad del voto de teoría psicosocial, no fueron relevantes para explicar el dilema de elegir entre un candidato “deshonesto, pero competente” y un “honesto, pero incompetente”. Sin embargo, existen variables tanto de corto como de largo plazo que influirían en la votación y que son, en su mayor parte, diferentes para cada país. Los resultados indican más diferencias que similitudes en los países analizados, con sólo una similitud en las variables estructurales, como “grupo de edad”, y el resto de determinantes son diferentes para cada país.

En Brasil, el factor más relevante, o con el coeficiente más alto, es “religiosidad” (-.191) con correlación negativa, lo que indica que entre las personas menos religiosas existe preferencia por un líder político “deshonesto, pero competente” y, por tanto, la religiosidad es la variable que mejor explica la elección de líderes políticos que se presentan como “honestos”. Pero, ¿se trata de una variable exclusivamente de largo plazo o podría influir en los últimos momentos del acto de votar? En cuanto a la religiosidad, en el caso brasileño, la creencia religiosa no influye necesariamente en la elección, sino en la definición de candidatos por parte de la Iglesia, que guía el voto de los fieles. Por tanto, un factor de largo plazo se volvería coyuntural. Pero también los factores estructurales “nivel de estudios” y “grupo de edad” fueron significativos (negativamente), pero con coeficientes bajos, -0.065 y -0.82, respectivamente. Esto indica que cuando los votantes brasileños son más jóvenes y menos educados, prefieren al candidato deshonesto, pero competente. Por el contrario, tanto los adultos mayores como las personas con un mayor nivel de educación prefieren candidatos honestos. En cuanto a las variables de corto plazo, fueron significativas las relacionadas con las posiciones políticas como ya sostenían Rundquist et al. (1977) en este caso, la disyunción entre “Estado-mercado” y también la valoración de la situación económica (la percepción de estar mejor o peor en la actualidad que la generación de sus padres).

En México, los determinantes de la preferencia por este tipo de liderazgo político son diferentes: de los factores de largo plazo, solo el “grupo de edad” fue importante (-.077), lo que significa que, entre los más jóvenes, es más probable que prefieran un líder “deshonesto, pero competente”. En el corto plazo, características de liderazgo como “líder fuerte” y “satisfacción con el sistema político” tuvieron correlaciones positivas, 0.055 y 0.019, respectivamente. Al comparar los resultados anteriores con las afirmaciones de Rundquist et al. (1977) de que el posicionamiento político (*Implicit Trading*) influiría en el comportamiento electoral para la elección de líderes deshonestos, sólo coincidirían en el caso de Brasil, y con un valor p extremadamente bajo, las posiciones respecto al “mercado-Estado” (0.02). En contraste, los hallazgos tienen mayor coincidencia con los estudios de Rennó (2007) ya que las evaluaciones situacionales impactarían la decisión de votar por este tipo de candidatos, en este caso “evaluación del estándar de vida” (0.091) en Brasil y “satisfacción con el sistema político” (0.019).

Por otro lado, las propuestas de Kinder (1983) y Funk (1996) no se aplicarían a los casos de este estudio. Kinder propone que el nivel educativo sería determinante para elegir un líder competente, sin embargo, en nuestros resultados el “nivel educativo” fue significativo sólo para Brasil y de manera negativa, por lo tanto, las personas con menos educación tienden a preferir la competencia, y en México no fue variable relevante en el modelo de regresión, aunque existe un mayor porcentaje de personas con educación superior que prefieren a un líder competente. Funk (1996), por su parte, consideró que

<sup>11</sup> Por cuestiones de espacio no se presentan las tablas de los análisis sobre partidismo e ideología de los votantes de México y Brasil. Para mayor detalle se recomienda consultar la tesis doctoral del autor que se incluye en las referencias.

las personas con mayor sofisticación política preferirían un líder competente, incluso tolerando un caso moderado de corrupción. Sin embargo, la variable relativa a la sofisticación política no fue influyente para el análisis. Por otro lado, los resultados concuerdan parcialmente con los hallazgos de Martínez (2016), ya que existe una correlación con rango de edad, pero no con las variables de ingreso, género y sofisticación política.

**Tabla 1. Regresión Lineal Múltiple, determinantes de la preferencia por un “Deshonesto, pero competente”**

			Deshonesto, pero competente (variable dependiente)	
			Brasil	México
Largo plazo	Valores y creencias	Ideología	0.013	0.016
		Religiosidad	<b>-0.191**</b>	-0.006
	Estructurales	Rango de edad	<b>-0.065*</b>	<b>-0.077**</b>
		Nivel educativo	<b>-0.082*</b>	--
Corto plazo	Evaluación coyuntural	Evaluación patrón de vida	<b>0.091**</b>	-0.01
		Satisfacción con el sistema político	--	<b>0.019*</b>
	Posiciones políticas	Percepción de la corrupción	-0.009	0.003
		Estado-mercado	<b>0.02**</b>	--
		Líder religioso	0.018	0.005
Características de los candidatos	Líder fuerte	-0.005	0.055*	
	Líder técnico	0.033	0.004	
R2			.185	.147

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 extremidades).

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 extremidades).

Fuente: Elaboración propia con datos de Haerfer et al., 2020.

Para el modelo estadístico realizado es necesario tomar en cuenta que WVS no es una encuesta electoral, es decir, que se aplique pocos días antes de la elección y pocos días después de ésta, de modo que sus variables no son las más indicadas para medir las actitudes de los votantes ante este nuevo fenómeno electoral.

En este sentido, se propone medir el dilema de los votantes para elegir entre candidatos “Deshonesto, pero competente” versus “Honesto, pero incompetente” en encuestas electorales. De la misma forma, la posibilidad de incluir algunos indicadores del ESEB (*Estudo Eleitoral Brasileiro*) en la encuesta del Estudio Nacional Electoral Mexicano (ENEM) para analizar los grados de tolerancia identificados en el elector mexicano ante el dilema electoral propuesto, lo cual fue estudiado cualitativamente a través de los grupos focales y sería interesante cuantificarlo y analizarlo cuantitativamente:

**Tabla 2. Medición del grado de tolerancia sobre un político “Deshonesto, pero competente”**

En su opinión...	De acuerdo	Desacuerdo
a) No hay diferencia si un político roba o no, lo importante es que haga las cosas que la población necesita.		
b) Un político que hace mucho y que roba poco merece el voto de la población.		
c) Siempre es preferible un líder político que sea honesto, aunque no realice muchas obras.		
d) No hay diferencia si un político hace mucho o poco, lo más importante es que sea honesto		

Fuente: Elaboración propia con base en Estudio Eleitoral Brasileiro.

## 5. ¿Cómo el elector decide su voto?

En esta sección se analizan las actitudes de los votantes, a través de una metodología cualitativa, utilizando como herramientas grupos focales (GF), para conocer con mayor profundidad ¿Cómo deciden los votantes de estos países su voto ante el dilema honestidad/competencia?

Los hallazgos más relevantes de los *Focus Group* sugieren que no existe un sólo tipo de votante. Si bien como se ha documentado en páginas anteriores la existencia de diversas combinaciones en las actitudes de los votantes, como apartidistas, ideologizados, “internetizados” (Moreno, 2018) o electores independientes de los partidos y con diferentes ideologías (Temkin; Cisneros, 2015; Cisneros, 2023), en particular, para este fenómeno electoral del dilema de “Deshonesto, pero competente” versus “Honesto, pero incompetente”, se identificaron cuatro tipos ideales de votantes: moralista, moralista-moderado, pragmático-moderado y pragmático, como se muestra en el cuadro 1. Al utilizar el modelo actitudinal tripartito, propuesto por Bizer (2004), que involucra elementos cognitivos, afectivos y conductuales en la elección electoral, fue posible demostrar que los aspectos cognitivos tienen límites en la conducta electoral y que las emociones juegan un papel importante en la decisión electoral. A través del análisis de la fuerza actitudinal aplicada a las actitudes políticas, es posible identificar patrones de comportamiento electoral que pueden ser útiles para predecir el voto por fenómenos particulares como el estudiado en esta investigación, como por ejemplo, votantes moralistas y pragmáticos, en su sentido más “puro” muestran mayor fuerza actitudinal (*Attitude Strength*), mayor certeza de sus actitudes (*High Certain Attitude*) y menor tendencia a cambiar su comportamiento (*Attitude Change*), por lo que pueden ser más predecibles en su decisión de voto, a diferencia de los votantes “moderados”, con poca fuerza actitudinal, poca certeza de sus actitudes y, en consecuencia, mayor susceptibilidad al cambio de éstas.

Sin embargo, los cuatro tipos de votantes identificados son susceptibles a las emociones (ira, odio, impotencia, miedo, aversión, rechazo, neofobia<sup>12</sup>, etc.) en la decisión electoral, utilizando en ella la intuición y la sensibilidad; así, el aspecto afectivo sería más predominante en el esquema actitudinal y, por tanto, estamos hablando de un votante emocional, que puede tomar decisiones incluso contrarias a los valores y creencias que guían su razonamiento. Como ya señaló Silveira (1998), un votante no racional decide de forma marcadamente emocional con el juicio del gusto. Así, hay votantes que pueden elegir a un candidato con base en una identificación personal, a partir de elementos simbólicos aportados a

<sup>12</sup> La neofobia, de acuerdo con Barraza (2022), se refiere al miedo irracional a lo nuevo.

través de la inspiración, la admiración, la empatía, la confianza, las vivencias personales, la comprensión o la esperanza. De esta manera, los electores pueden votar por un candidato que no sea “óptimo moralmente”, es decir, un candidato deshonesto.

**Cuadro 1. Tipos de electores**

Tipo de elector	Característica actitudinal	Descripción	Grado de predicción
<i>Elector moralista</i>	<i>Actitud fuerte; sin cambio actitudinal; alta certeza de su actitud.</i>	Es un votante que tiene una preocupación especial por la moral pública y tiene evaluaciones positivas para líderes políticos que se presentan como “honestos”. Decide su voto basándose en valores y creencias. Es un votante idealista, generalmente con poca experiencia de vida y justifica sus decisiones con una visión de futuro de largo plazo.	Alto
<i>Elector moralista moderado</i>	<i>Actitud semidébil; con nivel bajo de cambio actitudinal.</i>	Este tipo de votante prefiere votar por candidatos honestos, pero registra cambios de actitud. Para dilemas complejos, la votación se basaría en la ideología, el antipartidismo o una identificación con las características del candidato. Los principios ubicados en la parte cognitiva de estos votantes son limitados, pueden mantenerse la mayor parte del tiempo, sin embargo, en algunas circunstancias las emociones los llevan a votar en contra de sus ideales.	Medio-bajo
<i>Elector pragmático-moderado</i>	<i>Actitud semidébil; con nivel alto de cambio actitudinal.</i>	Este tipo de votante, de forma abstracta y racional, valora primero los “resultados” y la “competencia” de un político y tiene un grado de tolerancia hacia la deshonestidad, en caso de reconocer resultados visibles de la gestión política. Sin embargo, también toma en cuenta ciertos estándares morales para su decisión electoral.	Medio-bajo
<i>Elector pragmático</i>	<i>Actitud fuerte; sin cambio actitudinal; Alta certeza de su actitud.</i>	Determinan su voto sin llevar en cuenta consecuencias morales. Tanto cognitivamente como en la mayor parte de su comportamiento, este votante prefiere candidatos que se presenten como “competentes”, “que garanticen resultados”, aunque sean deshonestos, ya que consideran que no hay políticos honestos y, por tanto, aceptan la condición de “Roba, pero hace”.	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Estos elementos emocionales, así como las motivaciones que llevan a la votación reportadas por los participantes del grupo focal, corresponden a los denominados factores de “corto plazo” que forman parte del último eslabón de la cadena causal de la votación en el embudo de la causalidad. En este sentido, factores de “largo plazo”, como la ideología y las lealtades partidistas, no serían determinantes ni relevantes en la toma de decisiones ante este dilema electoral, lo que confirma los resultados del modelo cuantitativo ya que estas variables no fueron significativas en la causalidad del voto. La investigación cualitativa muestra, en la voz de los votantes, que el aspecto ideológico no se tiene en cuenta en la mayoría de los casos, al ser considerado sólo en situaciones complejas que implican la indecisión del votante. En segundo lugar, como ya se ha demostrado, un elector podría votar en contra de su ideología cuando los elementos afectivos aparecen con más fuerza. En el mismo sentido, no existe un voto explícito y orientado cognitivamente por preferencia de partido; en cambio, la decisión electoral se expresaría a través de un sentimiento “antipartidista”, es decir, rechazar a un candidato porque pertenece a un partido no deseado y, como resultado, favorece a un candidato contrario.

Otro descubrimiento es que existen grados intermedios en las posiciones de los votantes entre el dilema “Deshonesto, pero competente” versus “Honesto, pero incompetente”, es decir, entre los extremos de un político que “Roba, pero hace” y otro que “No hace, pero no roba”, hay niveles de tolerancia

para algunas desviaciones morales y, por lo tanto, la porción más pragmática del electorado (pragmático-moderado y pragmático) podría aceptar la deshonestidad de un político que sea presentado al elector como “competente” o que “da resultados”. Esto sucede en general para los mexicanos y excepcionalmente para los brasileños.

Así, en Brasil hay votantes que defienden más la honestidad como valor fundamental de la política y, en la mayoría de los casos, es preferible un líder político honesto, aunque no garantice resultados. En contraste, los votantes mexicanos valoran más la competencia, considerada como un atributo estrictamente necesario, y si bien la honestidad es cognitivamente importante, el comportamiento de los votantes mexicanos demuestra que no estarían dispuestos a elegir un candidato honesto si este último no les garantizara al menos un grado mínimo de competencia.

Un aspecto interesante a destacar es la diferencia entre los hallazgos de esta investigación y el estudio de Winters y Weitz-Shapiro (2013), quienes sostienen que, en Brasil, cuando un votante está seguro de que el político es corrupto, con base en información verificada, es intolerante con la corrupción y penaliza con su voto. Sin embargo, en el experimento se colocaron viñetas electorales que especifican los casos con “información oficial” (instituciones) y con “información no oficial” (sólo los medios de comunicación), y los participantes no tomaron en cuenta estas diferencias en la información para justificar su voto. Es decir, el hecho de que un candidato sea percibido como “deshonesto”, independientemente de la fuente de la información, ya era un elemento suficiente para producir un sentimiento de desconfianza, con mayor medida para los brasileños, cuyo carácter oscila entre moralista y moralista moderado, pero también para los mexicanos, en menor medida, aunque sean pragmáticos moderados. Esto también es una confirmación de que los votantes toman decisiones guiadas por la intuición, como señalan Tversky y Kahneman (1981); Silveira (1998); Brooks (2008); Kahneman (2011).

Los resultados cualitativos reflejan más diferencias que similitudes entre los países: por un lado, los jóvenes brasileños son más moralistas y moralistas moderados, mientras que los jóvenes mexicanos son principalmente pragmáticos moderados. Por otra parte, los adultos brasileños son básicamente moralistas, aunque también muestran cierto grado de pragmatismo moderado. En el caso de los adultos mexicanos, se pudo encontrar todo tipo de votantes, incluido el extremo del pragmatismo. Lo anterior refuerza los hallazgos de WVS, estudio cuantitativo que permite explicar que los brasileños están más preocupados con la moralidad pública que la moralidad privada, a diferencia de los mexicanos.

## Conclusiones

Esta investigación tuvo como objetivo comprender y explicar el fenómeno electoral de elegir entre líderes y candidatos políticos “deshonestos, pero competentes” y “honestos, pero incompetentes” (D-C/H-I) en Brasil y México. Es posible presentar dos argumentos que pretenden contribuir a las teorías de la explicación del voto:

1) En primer lugar, independientemente de las características históricas y culturas políticas de cada país, es posible generalizar la existencia de un votante “afectivo”, “no racional”, cuyo comportamiento electoral está marcado por decisiones motivadas por elementos emocionales en sus actitudes políticas desde una identificación personal, basada en elementos simbólicos aportados a través de la inspiración, la admiración, la empatía, la confianza, las vivencias personales, la comprensión o la esperanza. Los aspectos afectivos de las actitudes en la conducta electoral demuestran tener una mayor influencia que los aspectos cognitivos, entendidos como valores y creencias. Así, en situaciones específicas, todos



los votantes podrían cambiar su orientación de voto, incluso en contra de sus principios. Se pudo evidenciar que los aspectos cognitivos tienen límites en la conducta de voto y que las emociones juegan un papel importante en la decisión de votar. De esta forma, los votantes toman decisiones emocionales e inconscientes sobre qué candidato prefieren y, posteriormente, presentan argumentos y justificaciones “racionales” a través de su conciencia.

El análisis de la fuerza actitudinal aplicado a las actitudes políticas permitió identificar patrones de comportamiento electoral que pueden ser útiles para predecir el voto ante nuevos fenómenos electorales. En particular, para el dilema D-C/H-I, se categorizaron cuatro tipos ideales de votantes para ambos países: moralista, moralista-moderado, pragmático-moderado y pragmático. Los votantes moralistas y pragmáticos, en el sentido más “puro”, tienen mayor fortaleza actitudinal (*Attitude Strength*), mayor certeza de sus actitudes (*High Certain Attitude*) y menor tendencia al cambio de comportamiento (*Attitude Change*). Estos votantes pueden ser más predecibles en su decisión de votar, a diferencia de los votantes “moderados”, que tienen poca fuerza actitudinal, poca certeza de sus actitudes, pero con un mayor grado de cambio de actitud. Sin embargo, los cuatro tipos de votantes identificados son susceptibles a las emociones (ira, odio, impotencia, miedo, aversión, rechazo) en la elección electoral, en donde se utiliza la intuición y la sensibilidad.

2) Por otro lado, lo que lleva al votante a elegir un líder político deshonesto, ante el dilema propuesto, es el hecho de que hay una parte del electorado que se caracteriza por ser pragmático y que admite grados de tolerancia a la deshonestidad en la medida en que un candidato se presenta como un gestor que puede dar resultados y que el elector lo perciba como “competente”. La orientación de estos votantes se centra en los factores “coyunturales” del esquema del embudo de causalidad, como quiénes son los candidatos, la identificación personal con el candidato, vínculos afectivos y emocionales, la valoración del contexto socioeconómico actual, el desempeño de las campañas. Estos factores influyen más en el comportamiento electoral en estos países que los factores “a largo plazo” como los aspectos sociodemográficos, la identidad de partido y la ideología.

Las respuestas tradicionales de la teoría del votante, como la identificación e ideología del partido, no serían una explicación causal del voto en el dilema D-C/H-I. Esto se debe a que el poder explicativo del partidismo en el voto ha disminuido con el tiempo para ambos países, incluso, como fue demostrado en la investigación cualitativa, la decisión electoral se expresaría más a través de un sentimiento “antipartidista”, rechazando a un candidato por pertenecer a un partido no deseado y, en consecuencia, favoreciendo a un candidato contrario.

Si, por un lado, en 2018 crecieron las entidades ideológicas, que revelaron un electorado polarizado en ambos países, para el dilema electoral propuesto, D-C/H-I, éste no sería un aspecto determinante, incluso al poner casos reales de elecciones de ese año en el experimento, los votantes no consideraron la ideología en la mayoría de los casos. Sólo se plantearía como un punto de ponderación en situaciones complejas que impliquen la indecisión del votante y, como se ha demostrado, un votante podría votar en contra de su ideología cuando los elementos afectivos aparezcan con más fuerza. Esto nos permite reflexionar que las entidades ideológicas pueden estar fluctuando y que los votantes pueden estar más polarizados en ciertos momentos y en otras circunstancias pueden moverse hacia el centro. Los factores de “corto plazo”, por el contrario, pueden influir en todos los votantes, sin embargo, tienen un mayor impacto entre los votantes menos anclados en factores estructurales, ideológicos o de apoyo partidista.

Uno de los límites de esta investigación en el aspecto cuantitativo fue que la encuesta WVS no tiene las mejores variables para medir las actitudes de los votantes ante este nuevo fenómeno electoral. De este modo, queda como una agenda futura de investigación incorporar indicadores específicos en las encuestas preelectorales y postelectorales del CSES sobre las características más valoradas de los candidatos, el dilema entre honestidad y competencia en el resto de América Latina.

## Referencias

- Achen, C. y Wang, T. (2017). *The Taiwan voter*. University of Michigan Press.
- Baker, A. y Greene, K. F. (2015). Positional issue voting in Latin America. En R. Carlin; M. Singer y E. J. Zechmeister (eds.), *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts* (pp. 173-194). University of Michigan Press.
- Barbosa, T. (2020, 21 de octubre). *Não faz, mas não rouba? [ponencia] 12o encontro da ABCP, democracia e desenvolvimento*, Universidade Federal da Paraíba. <https://rb.gy/ovqqj>
- Barraza Macías, A. (2022). La neofobia generalizada: concepto, modelo teórico y medición. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales*, 31(62)74–85. <https://doi.org/10.20983/noesis.2022.2.5>
- Besley, T. (2005). Political selection. *Journal of Economic Perspectives*, 19(3)43-60. <https://doi.org/10.1257/089533005774357761>
- Bezes, P. y Lascoumes, P. (2005). Percevoir et Juger la corruption politique. Enjeux et usages des enquêtes sur les représentations des atteintes à la probité publique. *Revue française de science politique*, 55(5-6)757-786. <https://doi.org/10.3917/rfsp.555.0757>
- Bizer, G. (2004). Attitudes. En *Encyclopedia of Applied Psychology*, 1, (pp. 247-253). Elsevier.
- Bizer, G., Barden, J., y Petty, R. E. (2006). Attitudes. En L. Nadel et al. (Eds.) *Encyclopedia of Cognitive Science*. (pp. 247-253). MacMillan.
- Brooks, D. (2008, 18 de enero). How the voters think. *New York Times*. <https://t.ly/YkWVY>
- Campbell, A., Converse, P., Miller, W. y Stokes, D. (1960). *The American Voter*. John Wiley & Sons, Inc.
- Campbell, A., Gurin, G. y Miller, W. (1954). *The voter decides*. Row, Peterson and Company.
- Campbell, A. y Kahn, R. (1952). *The people elect a president*. University of Michigan.
- Carlin, R. E y Love, G. J. (2015). Who is the Latin American voter? En R. Carlin, M. Singer y E. J. Zechmeister (eds.), *The Latin American voter: Pursuingr and Accountability in challenging contexts* (pp. 31-59). University of Michigan Press.
- Cisneros Yescas, I. (2023). Panorama de la independencia partidista en América Latina: una mirada desde la ideología. *Estudios Políticos*, (58), 191-210. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2023.58.84839>
- Chang, E. C. C., Golden, M., & Hill, S. J. (2010). Legislative Malfeasance and Political Accountability. *World Politics*, 62(2), 177–220. [http://resolver.scholarsportal.info/resolve/10863338/v62i0002/177\\_lmapa.xml](http://resolver.scholarsportal.info/resolve/10863338/v62i0002/177_lmapa.xml)
- Domínguez, J. y Lawson, C. H. (2004). *Mexico's pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000*. Stanford University Press.
- Esaiasson, P. y Muñoz, J. (2014). Roba pero hace? An experimental test of the competence-corruption tradeoff hypothesis in Spain and Sweden. *Working paper series*, University of Gothenburg, 2(2), 2-25. <http://hdl.handle.net/2077/38899>
- Figueiredo, M. (1991). *A decisão do voto*. Ed. Sumaré/ANPOCS.
- Funk, C. L. (1996). The impact of scandal on candidate evaluations: An experimental test of the role of candidate traits. *Political Behavior*, 18(1), 1-24. <https://doi.org/10.1007/BF01498658>
- Funk, C. L. (1999). Bringing the candidate into models of candidate evaluation. *Journal of Politics*, 61(3) 700-720. <https://doi.org/10.2307/2647824>
- Gélineau, F. y Singer, M. M. (2015). The Economy and incumbent support in Latin America. En R. Carlin; M. Singer y E. J. Zechmeister (eds.), *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in Challenging contexts* (pp. 281-299). University of Michigan Press.

- Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin y B. Puranen et al. (eds.). (2020). *World Values Survey: Round Seven — Country-Pooled Datafile Version 3.0* JD Systems Institute & WVSA Secretariat. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWVL.jsp>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). The psychology of preferences. *Scientific American*, 246(1), 160—173. <http://www.jstor.org/stable/24966506>
- Kahneman, D. (2011). *Think fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kinder, D. R., Petres, M. D., Abelson, R. P. y Fiske, S. T. (1980). Presidential prototypes. *Political Behavior*, 2(4) 315-337. <https://doi.org/10.1007/BF00990172>
- Kinder, D. R. (1983). *Presidential Traits*. University of Michigan.
- Kitschelt, H., Altamirano, M. (2015). Clientelism in Latin America: Effort and effectiveness. En R. Carlin, M. Singer y E. J. Zechmeister (eds.), *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts* (pp. 246-274). University of Michigan Press.
- Lakoff, L. (2009). *The political mind: A cognitive scientist's guide to your brain and its politics*. Penguin Books.
- Lane, R. E. (1962). *Political Ideology: Why the american common man Believes what he does*. The Free Press.
- Lavareda, A. (2011). Neuropolítica e o papel das emoções. *Revista USP*. 90(1)120-146. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i90p120-147>
- Lupu, N. (2014). Brand Dilution and the Breakdown of Political Parties in Latin American. *World Politics*, 66(4) 561-602. <https://doi.org/10.1017/S0043887114000197>
- sManzetti, L. y Rosas, G. Corruption and the Latin American voter. (2015). En: Carlin, R., Singer, M. y Zechmeister, E. J. (Eds.). *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts* (pp. 300-323). University of Michigan Press.
- Martínez Rosón, M. M. (2016). Yo prefiero al corrupto: el perfil de los ciudadanos que eligen políticos deshonestos pero competentes. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 1(153) 77-94. doi:10.5477/cis/reis.153.77
- Miller, W. E. y Shanks, J. M. (1996). *The New American Voter*. Harvard University Press.
- Moreno, A. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas, conducta electoral*. Fondo de Cultura Económica.
- Moreno, A. (2014). *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública Cámara de Diputados / LXII Legislatura. <https://rb.gy/fóieb>
- Moreno A. (2018). *El cambio electoral. Votantes, encuestas y democracia en México*. Fondo de Cultura Económica.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research*. Sage Publications.
- Niemi, R. y Weisberg, H. (2001). *Controversies in Voting Behavior*. CQ Press.
- Ockey, James (1998). Crime, society and politics in Thailand. En C. A. Trocki (ed.), *Gangsters, democracy and the State in Southeast Asia* (pp. 39-54). Cornell University Press.
- Pérez, O. J. (2015). The impact of crime on voter choice in Latin America. En Carlin, R., Singer, M. y Zechmeister, E. J. (Eds.). *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts* (pp. 324-345). University of Michigan Press.
- Peters, J. y Welch, S. (1980). The Effects of Charges of Corruption on Voting Behavior in Congressional Elections. *American Political Science Review*, 74(3)697-709. <https://doi.org/10.2307/1958151>
- Petty, R. E. y Krosnick, J. A. (1995). *Attitude strength: antecedents and consequences*. Lawrence Erlbaum.
- Reale, M. (2001). *Lições preliminares de Direito*. Saraiva.
- Rennó, L. R. (2007). Escândalos e voto: as eleições presidenciais brasileiras de 2006. *Opinião Pública*, 13(2)260-282. <https://doi.org/10.1590/S0104-62762007000200002>

- Rundquist, B. S., Strom, G. S. y Peters, J. G. (1977). Corrupt Politicians and Their Electoral Support: Some Experimental Observations. *The American Political Science Review*, 71(3)954-963. <https://doi.org/10.2307/1960100>
- Silveira, F. E. (1998). *A decisão do voto no Brasil*. EDIPUCRS.
- Schedler, A. (2014). The criminal subversion of mexican democracy. *Journal of Democracy*, 25(1) 5-18. <https://doi.org/10.1353/jod.2014.0016>
- Sousa Oliva, J. D. (2021). *Comportamento eleitoral: o dilema entre honestidade e competência nas eleições 2018 no Brasil e no México* [Tesis de doctorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul] Repositório Digital Lume. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/226278>
- Telles, H. y Moreno, A. (2013). *Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina*. Editora UFMG.
- Temkin Yedwab, B. y Cisneros Yescas, I. (2015). Determinantes individuales, socio-culturales y político-institucionales de la independencia partidista. *Revista Política y gobierno*, 22(1)125-146. <https://cutt.ly/ywwizEAq>
- Thomassen, J. (2005). *The European voter: A comparative study of modern democracies*. Oxford University Press.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481). <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- Vaishnav, M. (2011). *Caste politics, credibility and criminality: political selection in India*. Columbia University.
- Wang, T. y Chen, L. (2017). Evaluation of Presidential Candidates' Personal Traits. En Achen, C. y Wang T. (Ed.). *The Taiwan voter*. (pp. 170-197). University of Michigan Press.
- Wattenberg, M. P. (1991). *The Rise of Candidate-Centered Politics: Presidential Elections of the 1980s*. Harvard University Press.
- Winters, M. y Weitz-Shapiro, R. (2013). Lacking Information or condoning corruption. when do voters support corrupt politicians? *Comparative Politics*, 45(4)418-436. <https://doi.org/10.5129/001041513X13815259182857>
- Zechmeister, E. J. (2015). Left-right identifications and the Latin American voter. En: Carlin, R., Singer, M. y Zechmeister, E. J. (Eds.). *The Latin American voter: Pursuing representation and accountability in challenging contexts* (pp. 195-226). University of Michigan Press.