

Ideología, Clientelismo y Apoyo Político en las Elecciones Presidenciales de 2006*

José Enrique Molina Vega**

Resumen

El trabajo analiza los factores que influyeron en la decisión de voto de los venezolanos para las elecciones presidenciales de 2006. En particular se evalúa hasta que punto y de que manera influyó la ideología, en comparación con el efecto del clientelismo político (participación en las misiones), el estrato social, el género, la educación, la edad y la religiosidad. Se llega a la conclusión de que tanto el clientelismo, como la ideología tuvieron un efecto importante, aunque muy probablemente ninguno de los dos hubiera sido suficiente por sí solo para asegurar el éxito de la candidatura del Presidente Chávez. Igualmente se constata que un factor de tipo sociológico al que la Ciencia Política Comparada le da mucha importancia, pero que había perdido influencia en el comportamiento electoral de Venezuela, ahora reaparece con una influencia significativa: la religión. A mayor religiosidad, mayor la probabilidad de voto por la oposición en 2006. El estrato social del votante igualmente aparece con una influencia significativa (a menor nivel socio-económico mayor tendencia a votar por Chávez), mientras que la edad y el género resultan sin significación estadística al controlar por las variables antes mencionadas.

Palabras clave: Elecciones, Venezuela, ideología, clientelismo.

* Este trabajo forma parte del proyecto de investigación "El Nuevo Comportamiento Electoral del Venezolano (1998-2006): ¿Liderazgo Personalista o Realineamiento Político de Base Clasista?" financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CONDES) de la Universidad del Zulia dentro del programa de investigación "El nuevo comportamiento político y la nueva cultura política venezolana: explicación, perspectivas y aportes a la teoría del comportamiento electoral en países subdesarrollados". Fue presentado como ponencia en el X Simposio Nacional de Ciencia Política, celebrado en Maracaibo, del 27 al 29 de Noviembre de 2007.

** Instituto de Estudios Políticos y Derecho Público de la Facultad de Ciencias Políticas y Jurídicas de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Ideology, Patronage and Political Support in the 2006 Presidential Election

Abstract

This paper analyzes the factors that influenced results of the 2006 presidential election in Venezuela. Particularly, the study evaluates to what degree and in what manner ideology was influential compared with the effects of political patronage (participation in the missions), social strata, gender, education, age and religion. The conclusion is that both patronage and ideology had an important effect, although it is very likely that neither of them alone would have been sufficient to assure the success of President Chávez. The study also confirmed that religion, a sociological factor given a great deal of importance by comparative political science but which had lost influence on Venezuelan electoral behavior, has now reappeared, exercising significant influence. The more religious the citizen was, the more likely he or she was to have voted for the opposition in 2006. The voter's social level also appeared to have significant influence (the lower the socio-economic level, the higher the tendency to vote for Chávez). Age and gender did not exercise significant influence when analyzed with the other variables mentioned above.

Key words: Elections, Venezuela, ideology, patronage.

1. Introducción

En este trabajo vamos a considerar la ubicación ideológica de los venezolanos y su incidencia en el apoyo a los candidatos presidenciales para la elección de 2006. Entre las preguntas que trataremos de responder están: ¿Cómo se ubican los venezolanos ideológicamente en el eje capitalismo-socialismo? ¿Es esta ubicación relativamente sólida y coherente? ¿Tiene esta ubicación ideológica de los venezolanos alguna incidencia autónoma sobre el voto o es simplemente un reflejo del efecto del clientelismo, del estrato social al que se pertenece o del nivel de ingreso del individuo?

El análisis se hace con base a los datos obtenidos mediante una encuesta nacional pre-electoral realizada por Consultores XXI, del 15 al 25 de noviembre de 2006, para 1200 casos en ciudades de más de 20.000 habitantes¹.

2. ¿Cómo se ubican los venezolanos ideológicamente en el eje capitalismo-socialismo-comunismo?

A continuación reproducimos las respuestas a la pregunta relativa a la ubicación ideológica en el eje capitalismo-comunismo (Cuadro 1), la pregunta fue la que aparece en el encabezamiento del cuadro:

Cuadro 1

Por ahí se habla mucho sobre los sistema económicos, se habla del capitalismo, del socialismo, del comunismo, de los diferentes sistemas económicos, ¿Cuál le gusta más a usted?

		Frecuencia	Porcentaje del total	Porcentaje sobre casos válidos	Porcentaje Acumulado
Válidos	1 CAPITALISMO NEOLIBERAL	40	3,9	4,4	4,4
	2 CAPITALISMO	228	22,1	24,9	29,2
	3 CAPITALISMO SOCIAL CON ECONOMÍA MIXTA	258	25,0	28,1	57,4
	4 SOCIALISMO CON ECONOMÍA DE MERCADO	186	18,0	20,3	77,6
	5 SOCIALISMO	198	19,2	21,6	99,2
	6 COMUNISMO	7	,7	,8	100,0
	Total	917	88,9	100,0	
No válidos	7 OTROS	9	,9		
	99 NS/NC	106	10,3		
	Total	115	11,1		
Total		1032	100,0		

1 No se incluyen en el análisis a quienes declararon no estar inscritos en el Registro Electoral Permanente (REP) o que no irían a votar (un total de 168) casos, por lo que los casos válidos se reducen a 1032. Por separado, y en un análisis que no se presenta aquí, hicimos este estudio incluyendo en el análisis a los no inscritos en el REP y a los no votantes, y el resultado es básicamente el mismo que aquí se presenta, y lleva a idénticas conclusiones.

Una primera observación que surge de este cuadro es que un total de 88.9% (917 de 1032) de los votantes encuestados aceptó ubicarse en el eje “capitalismo-comunismo”, lo cual es un primer dato muy significativo, porque indica que, al menos verbalmente, la gran mayoría de los venezolanos es capaz de ubicarse en este eje ideológico, y por lo tanto resulta necesario tomarlo en serio como un posible factor del voto, especialmente si llegara a resultar que esta ubicación tiene algún grado de coherencia y que está asociada al comportamiento electoral.

Un segundo aspecto es la manera como se distribuye la ubicación ideológica, debe resaltarse lo siguiente:

a) El 57,4% de quienes se ubican lo hace en alguna de las categorías del capitalismo (ver la columna de porcentaje acumulado), y si les agregamos a ellos los que prefieren el “Socialismo con Economía de Mercado” entonces tenemos que el 77,6% se ubica en una posición NO ESTATISTA que pudiéramos considerar más cercana a la propuesta que presentó la oposición que a la del gobierno.

b) Menos del 1% se ubica en el extremo estatista: el comunismo. Es decir, no hay apoyo sustancial en el electorado venezolano para un socialismo estatista y autoritario (neo-comunismo o socialismo real), como el cubano o el que existió en la Unión Soviética.

3. Coherencia

Como vimos el 88.9% de los votantes encuestados aceptan ubicarse ideológicamente. Pero, ¿es esa una ubicación sólida? Tal ubicación pudiera ser simplemente un reflejo del apoyo político a uno u otro candidato, o simplemente una manera de salir del paso de la encuesta sin que realmente exista un mínimo de coherencia ideológica. Desde los años sesenta del siglo pasado, uno de los temas más discutidos entre los académicos especialistas en comportamiento electoral es precisamente éste. En los Estados Unidos se ha pasado de creer que la ideología era usual y principalmente un reflejo de la identificación partidista (Converse, 1964) al convencimiento de que al menos ahora en el Siglo XXI los electores tienden a guiarse más que antes y en forma no despreciable por valores e ideología (MacKuen, Erikson, Stimson y Knight, 2003). También en Europa, donde siempre se consideró que la ubicación de los ciudadanos en el eje ideológico “izquierda-derecha” era una fuente autónoma del comportamiento electoral, los valores y la

ideología han cobrado mayor interés (Knutsen y Kumlin, 2005; Van de Eijk, Schmitt y Binder, 2005). Sin embargo, a fin de confiar en que efectivamente la ubicación ideológica que estamos encontrando tiene una solidez mínima es bueno hacer alguna prueba de coherencia ideológica de los entrevistados que nos permita determinar si es así o no.

Para determinar la coherencia ideológica², lo que hicimos es ver si los entrevistados dan respuestas que puedan considerarse consistentes en preguntas que se refieren básicamente al mismo tema. Estas preguntas son la pregunta 29 que trata de la ubicación del entrevistado en la escala capitalismo-comunismo y cuyos resultados aparecen en el Cuadro 1 arriba; y la pregunta 68 que pide al entrevistado que se ubique en una escala que va del 1 al 7 y en la cual el 1 expresa preferencia por “una sociedad socialista donde las empresas y negocios sean propiedad del Estado” y el 7 indica preferencia por “una sociedad capitalista donde las empresas y negocios sean propiedad privada” (La exacta formulación de las preguntas puede verse en el Apéndice 1). Las preguntas 69 y 70 piden al entrevistado que ubique a Chávez y a Rosales en la misma escala. Consideramos coherentes a quienes se ubican del centro hacia el extremo en el lado capitalista de ambas preguntas, y también a quienes se ubican del centro hacia el extremo en el lado socialista de ambas preguntas, y, en ambos casos, que hayan ubicado a Rosales del centro hacia el capitalismo en la pregunta 69 y a Chávez del centro hacia el extremo en el lado socialista, en la pregunta 70. A pesar de que se trata de un test de coherencia relativamente fuerte, un total de 681 entrevistados, el **66%** del total de votantes encuestados, resulta ser coherente ideológicamente. Este es un resultado sumamente alto, y que sugiere que en Venezuela hay una cierta comprensión de las posiciones ideológicas en los temas indicados. Esto no demuestra definitivamente que estos entrevistados sean ideológica-

2 Seguimos aquí con modificaciones que lo hacen más estricto el test de “alfabetismo ideológico” de Kuen, Erikson, Stimson y Knight (2005: 205) para el caso de los Estados Unidos de América. Estos autores dividen a los encuestados entre quienes tienen preferencias ideológicas significativas y quienes no (*ideologically literate and ideologically illiterate*). Consideran que los electores tienen un uso mínimamente relevante de la ideología si son capaces de ubicar correctamente al Partido Demócrata y al Republicano en la escala ideológica. Es decir, si ubican al Partido Demócrata a la izquierda del Partido Republicano, y si se trata de candidatos, a los candidatos demócratas a la izquierda de los republicanos.

mente totalmente sólidos³ o que decidan su comportamiento electoral principal o exclusivamente con base en la posición ideológica que declaran, pero sí sugiere que un sector mayoritario del electorado venezolano tiene al menos una comprensión mínima de los aspectos ideológicos en juego, y que este aspecto del mundo político no se debe descuidar porque pudiera haber cuajado ya, o cuajar en el futuro, en posiciones ideológicas sólidas que den estabilidad a la polarización política, y que influyan significativamente en el comportamiento electoral.

También es interesante la forma como se distribuye el apoyo político de los coherentes y de los no coherentes. Tenemos esta información en el Cuadro 2. En esto cuadro vemos como el sector ideológicamente coherente de los entrevistados votó 53,8% por Rosales y el 46,2% por Chávez; mientras que entre los “No Coherentes” ganó Chávez con 78,1% contra 21,9% de Rosales. Es decir, de acuerdo a estos datos, Chávez ganó la elección presidencial por el apoyo que recibió del electorado “no coherente”. Este es un dato interesante porque pareciera contradecir la primera impresión que uno pudiera llevarse de la elección de 2006. Sin embargo tiene muchísima lógica porque sugiere que un caudal decisivo del

Cuadro 2

Voto 2006 por coherencia ideológica

	Coherencia Ideológica		Total
	0 Incoherente	1 Coherente	
Voto Presidente 2006	0 Rosales	61 21,9%	351 53,8%
	1 Chávez	218 78,1%	301 46,2%
Total	279 100,0%	652 100,0%	931 100,0%

p<.001

3 “Ideólogos” en la ya famosa terminología utilizada por Coverse en 1964 (Converse, 1964).

voto por Chávez es un voto movido por el clientelismo, por las misiones⁴, y no por la ideología. Lo que igualmente indica que el voto de Chávez es, hasta ahora, un voto ideológicamente no consolidado, cuyo apoyo político pareciera estar en función de su satisfacción o descontento con la labor del gobierno. El Cuadro 3 nos presenta la misma información desde otro ángulo, indicando como se divide el voto de cada candidato entre coherentes y no coherentes.

Como vemos en el Cuadro 3, el 85,2% de los votantes de Rosales son coherentes ideológicamente, al menos en el sentido mínimo en que hemos definido y operacionalizado aquí la coherencia ideológica, mientras que sólo el 58% de los votantes de Chávez son coherentes. De nuevo se ratifica que el apoyo de un número importante de partidarios de Chávez carece de coherencia ideológica, y por lo tanto es potencialmente susceptible de llegar a modificarse en favor de la oposición en el futuro si estos partidarios no coherentes del chavismo llegaran a encontrarse descontentos con la gestión.

Cuadro 3
Coherencia ideológica por voto 2006

	Voto Presidente 2006		Total
	0 Rosales	1 Chávez	
Coherencia Ideológica			
0 Incoherente	61	218	279
	14,8%	42,0%	30,0%
1 Coherente	351	301	652
	85,2%	58,0%	70,0%
Total	412	519	931
	100,0%	100,0%	100,0%

p<.001

4 Las misiones son programas sociales del gobierno nacional, muchos de los cuales tienen una naturaleza clientelar tal como esta se define más adelante.

4. Preferencias ideológicas y voto

Vamos ahora a ver si de acuerdo a nuestra encuesta hay una asociación estadísticamente significativa y al menos moderadamente fuerte entre ideología e intención de voto. Antes de considerar la información que proviene de la encuesta es bueno tomar en cuenta que el hecho de que haya asociación entre ideología y voto no quiere necesariamente decir que la primera sea causa del segundo. En otras palabras, si nosotros encontramos que mientras más cerca estén los ciudadanos del polo capitalista mayor es la votación por Rosales, y que, por el contrario, mientras más cerca estén los electores del socialismo o comunismo más alta es la votación por Chávez, ello no quiere necesariamente decir que los que se dicen socialistas estén votando por Chávez por razones ideológicas, por el contrario pudiera ser que se digan socialistas porque saben que ésa es la ideología de su candidato⁵. Sin embargo, el hecho de que la ubicación ideológica tenga al menos una coherencia mínima para el 66% de los votantes encuestados, según vimos antes, sugiere que la ideología tiene algún efecto autónomo, independiente de la identificación partidista o el liderazgo personal, y que de haber alguna asociación con la forma de votar, ella debería tomarse en serio. En todo caso, más adelante diremos cual es el resultado de someter esta relación entre ideología y voto a controles estadísticos más estrictos.

El Cuadro 4 muestra la asociación entre Voto en el 2006 y Ubicación Ideológica.

Como puede verse en el Cuadro 4 hay una clara asociación entre ideología y voto en el sentido de que el apoyo a Rosales asciende en la medida en que nos movemos del área socialista a la capitalista, y, por el contrario, el apoyo a Chávez aumenta en la medida en que nos alejamos del área capitalista y nos movemos hacia el socialismo y el comunismo. En todas las categorías de capitalismo gana Rosales, y en todas las categorías de socialismo gana Chávez. Esta asociación, como indicamos antes sugiere que es posible que la ideología haya tenido algún efecto en la

5 Lo mismo pudiera decirse respecto a los votantes de oposición, pudieran ubicarse ideológicamente simplemente para seguir la ideología de su candidato, o la que expresa profesar la oposición, o por rechazar la que plantea Chávez.

Cuadro 4
Voto 2006 por ubicación ideológica (var00029)

	29.- POR AHÍ SE HABLA MUCHO SOBRE LOS SISTEMA ECONÓMICOS SE HABLA DEL CAPITALISMO, DEL SOCIALISMO, DEL COMUNISMO. DE LOS DIFERENTES SISTEMA ECONÓMICOS, ¿CUAL LE GUSTA MÁS AUSTED?						Total
	1 CAPITA LISMO NEOLI BERAL	2 CAPITA LISMO	3 CAPITALIS MO SOCIAL CON ECONOMÍA MIXTA	4 SOCIALISMO CON ECONOMÍA DE MERCADO	5 SOCIA LISMO	6 COMU NISMO	
Voto Presidente 2006	0	0	0	0	0	0	0
1 Chávez	17 43,6%	42 19,2%	74 31,2%	147 88,0%	181 99,5%	6 85,7%	467 54,9%
Total	39 100,0%	219 100,0%	237 100,0%	167 100,0%	182 100,0%	7 100,0%	851 100,0%

p<.001
Correlación (Spearman): .617.

decisión de votar en 2006, o que por lo menos haya algún comienzo de proceso de politización ideológica que haría necesario no descuidar este factor.

El análisis y los datos que hemos presentado hasta ahora no descartan la posibilidad de que lo que aparenta ser un efecto de la ideología en realidad sea una consecuencia de otros factores como el clientelismo, o la clase social. Es decir, pudiera ser que quienes se beneficiaron de las misiones, o los sectores más pobres de la sociedad, se hayan sentido identificados con Chávez por esos motivos, y no por la ideología. Y que se declaren pro-socialistas no porque crean en ello, sino porque es lo que Chávez dice. Igualmente pudiera ser que la clase media es anti-chavista y pro-Rosales por razones no-ideológicas, pero rechaza el socialismo por llevarle la contraria al gobierno. Si esto fuera cierto, entonces habría que concentrarse en otras áreas y la ideología no sería tan importante. Hay procedimientos estadísticos que nos permiten determinar el efecto que un conjunto de variables tiene sobre un fenómeno determinado, y al hacerlo establecer cuales tienen efecto autónomo. En nuestro caso, utilizamos una técnica que se conoce como regresión logística que nos permite estudiar en que medida aquellos factores que la teoría tiende a considerar como causales de la decisión de votar de una manera u otra tuvieron algún efecto significativo y autónomo. En particular, nos permite determinar si el efecto aparente de la ideología sobre la intención de voto es, al menos estadísticamente, autónomo del efecto del clientelismo (participación en las misiones)⁶, estrato social del votante, religiosidad⁷, edad⁸,

6 La pregunta que mide participación en las misiones puede verse en el Apéndice 1 (pregunta 19). El clientelismo ha sido definido como una situación de intercambio en la cual los políticos otorgan beneficios tales como subvenciones económicas, empleos, bienes o servicios, a grupos específicos o individuos, con exclusión del resto de los ciudadanos, a cambio de recibir de ellos el voto o apoyo político, que es directa o indirectamente solicitado o exigido como condición para recibir o mantener el beneficio. (Kitschelt y Wilkinson, 2007: 2). A nuestro modo de ver, en términos generales, los programas sociales instrumentados con motivo de obtener el voto para el referendo de 2004 y mantenidos con posterioridad, han tenido, en general, estas características. El hecho de que el voto del gobierno es, como se verá, extraordinariamente elevado entre los beneficiarios de las misiones confirma este análisis.

7 La religiosidad se midió, como es común en los estudios académicos, con la siguiente pregunta: "En la actualidad, ¿con qué frecuencia asiste usted a servicios religiosos?" (Ver Apéndice 1) Las respuestas se recodificaron así para este trabajo: 1. Nunca o me-

y género⁹. El resultado de la regresión logística (Apéndice 2), mostró que en las elecciones de 2006 la ideología tuvo un efecto estadísticamente significativo y autónomo del resto de los factores considerados. De las variables consideradas como posibles causas de la intención de voto, las que según nuestros datos tuvieron incidencia autónoma en la intención de voto, de mayor a menor, fueron la ideología, el clientelismo (participación en las misiones), la religiosidad y el estrato social¹⁰. Es decir, quienes participaron en las misiones votaron por Chávez significativamente más que quienes no participaron; mientras más cercano el elector hacia el socialismo/comunismo mayor la posibilidad de votar por Chávez; a mayor religiosidad menor la tendencia a votar por Chávez y mayor la tendencia a votar por Rosales; y a menor nivel socio-económico mayor la tendencia a votar por Chávez. El género y la edad no tuvieron un efecto autónomo estadísticamente significativo en el modelo. Este resultado sugieren que la ideología, en sí misma, tiene un efecto significativo e independiente del clientelismo, y de los otros factores considerados, y que por lo tanto, no debe descuidarse al trazar una estrategia política.

Vale la pena comentar el hecho de que la religiosidad haya aparecido en nuestro análisis como teniendo un efecto autónomo sobre el voto. La asociación individual de voto y religiosidad puede verse en el cuadro que presentamos en el Apéndice 3. Como puede observarse en el cuadro contenido en ese apéndice, en la medida en que aumenta la religiosidad de las personas aumenta la propensión a votar por Rosales y disminuye

nos de una vez al año; 2) Días festivos o una vez al año; 3) Una vez al mes; 4) Una vez por semana o más. La pregunta asume, siguiendo una práctica reiterada y avalada por múltiples trabajos científicos que la frecuencia con la que se asiste a servicios religiosos es un buen indicador del grado de religiosidad de las personas.

8 La pregunta sobre la edad y sus categorías puede verse en el apéndice 1 (pregunta 86).

9 Pregunta 92, ver apéndice 1. Las categorías son: 1. Hombre; 2. Mujer.

10 Es interesante notar que si se incluye en el modelo el nivel de instrucción (ver apéndice 2), como un indicador adicional del efecto de las diferencias sociales en el voto, entonces esta variable resulta significativa y desplaza del modelo a la variable estrato social. Esta última resulta no significativa en presencia de nivel de instrucción. Ello sugiere que los niveles de instrucción tienen por sí mismos una mayor fuerza para diferenciar el voto que la estratificación social general, de la cual son un componente. Al incluirla en el modelo da como resultado que a mayor nivel de instrucción mayor es la tendencia a votar por Rosales, y menor la tendencia a votar por Chávez.

la votación por Chávez. Aunque el efecto es moderado, sin embargo sugiere que el enfrentamiento con la Iglesia, y el acercamiento al comunismo han generado resistencia al Chavismo en los sectores de mayor religiosidad. Es de notar que quienes afirman asistir a servicios religiosos una vez al mes, una vez por semana, o más frecuentemente, constituyen el 43% de los electores encuestados, lo que quiere decir que la aparición de esta brecha política entre los más y los menos religiosos no es sólo un hecho novedoso, sino importante particularmente si llegara a acentuarse en el tiempo. Es cierto que la religiosidad en nuestro caso se refiere a todas las confesiones religiosas y no sólo la Católica, ya que la encuesta que examinamos no nos permite distinguir entre las diferentes religiones. Sin embargo, hay dos razones para pensar que la menor tendencia a votar por Chávez entre los sectores más religiosos tiene su causa en los enfrentamientos entre el gobierno y la jerarquía católica. En primer lugar, según los resultados de la Encuesta Mundial de Valores (World Value Survey) para Venezuela en el 2000¹¹, los Católicos son el 66% de la población, y el 90% de quienes dicen pertenecer a alguna iglesia o población religiosa. Es decir tienen un peso decisivo cuando se examina el comportamiento de la población religiosa en su conjunto. En segundo lugar, este enfrentamiento con la Iglesia Católica muy probablemente ha sido percibido como un ataque a la religión organizada en general, por todos los sectores religiosos y no sólo los católicos, por lo cual sería de esperar, como resulta de nuestros datos, una tendencia mayor a votar contra el gobierno de Chávez entre los sectores más religiosos de la población, independientemente de la iglesia particular a la que pertenezcan.

Las divisiones sociales en torno al fenómeno religioso han sido, y siguen siendo, uno de los factores con mayores consecuencias para el comportamiento político y electoral de las sociedades. Tanto cuando los conflictos políticos se expresan como enfrentamientos entre grupos de religiones distintas (Chiitas vs Sunnitas, Católicos vs. Protes-

11 Encuesta Mundial de Valores para Venezuela dirigida en Venezuela por la Red Universitaria de Cultura Política (REDPOL), proyecto de investigación financiado por el FONACIT, y administrada por DATOS, C.A., a un total de 1200 entrevistados en diciembre de 2000 (casos válidos: 1120). Formó parte del World Value Survey dirigido a nivel mundial por Ronald Inglehart de la Universidad de Michigan (<http://www.worldvaluessurvey.org/>).

tantes); como cuando los conflictos se expresan como diferencias o enfrentamientos entre religiosos y no religiosos, seculares y fundamentalistas. Esto aparece reiteradamente reconocido en la literatura, tanto en los estudios que fundaron la Escuela Sociológica del comportamiento electoral (Lipset y Rokkan, 1967), como en los trabajos de quienes preconizan la tesis de que los factores sociológicos han perdido fuerza como determinantes del comportamiento político en las sociedades post-industriales como producto del incremento del nivel educativo y por consiguiente del deseo de autonomía frente a grupos y partidos de un sector importante de los electores de esos países (Dalton, 2006: 219-221). En el caso venezolano, no puede hablarse de un conflicto entre religiosos y no religiosos, sino de diferencias entre ellos en cuanto a la percepción de la política, de modo que para los primeros (y particularmente para la población Católica de mayor religiosidad) la protección y defensa de la religión, pareciera ser un factor que los mueve a rechazar al chavismo; mientras que éste no sería el caso con referencia a los segundos. Estas diferencias no tienen como punto de origen un conflicto expreso en torno al papel de la religión y la Iglesia, o entre grupos religiosos, como fue el caso de Europa según Lipset y Rokkan (1967), sino que se derivan de la confrontación entre la jerarquía eclesiástica y el gobierno chavista en torno a la democracia y la política económica. Los ataques verbales del gobierno a los líderes eclesiásticos, y de algunos de estos al gobierno, parecen haber alimentado una tendencia hacia el rechazo al gobierno entre la población más religiosa, creando una condición propicia para que los sectores de oposición puedan politizar la “religión” y la “religiosidad” a su favor. Si esto ocurriera, veríamos reaparecer en Venezuela la “religión” como un factor del comportamiento político. Es de notar que ya jugó un papel importante en el enfrentamiento entre AD y COPEI en el período 1945-48, para luego perder significación a partir de 1958. Este resurgimiento no seguiría las pautas tradicionales de la relación entre divisiones sociales y acción política estudiadas por Lipset y Rokkan (1967), según los cuales el conflicto entre los sectores sociales precede y estimula primero la organización social y luego la política de los grupos implicados; sino más bien la que proponen Chibber (1999), por un lado, y Torcal y Mainwaring (2003). Para estos autores, dadas determinadas condiciones las divisiones sociales son activadas políticamente por las elites políticas a fin de atraerse el apoyo de los grupos para los que se presentan

como los genuinos representantes de sus intereses frente al gobierno o frente a los otros grupos.

5. El clientelismo y las elecciones de 2006

Como vimos en la sección anterior, la variable que hemos denominado “clientelismo” resulta ser la que presenta la segunda influencia más fuerte sobre la intención de voto en 2006, entre las variables que consideramos. Esta variable divide a los encuestados entre quienes afirman que ellos o sus familiares han participado en alguna de las misiones del gobierno nacional, y quienes no lo han hecho¹². Ver pregunta 19 en el Apéndice 1. Es decir divide a los entrevistados entre quienes han sido beneficiarios directos o indirectos (familiares) de los programas sociales que fueron organizados por el gobierno en gran medida de manera que sus participantes sintieran que recibían un beneficio a cambio de su apoyo político y electoral, y quienes no. En esta sección vamos a examinar un poco más de cerca la manera en que la participación de las misiones ejerció influencia sobre el voto conjuntamente con la ideología. Ya sabemos por el procedimiento de la regresión logística comentado antes que tanto el “clientelismo”, cómo la ideología ejercieron una influencia estadísticamente autónoma y significativa sobre el voto por Chávez y Rosales en 2006.

El Cuadro 5 nos presenta el cruce de voto 2006 por ideología, controlando por clientelismo. Es decir, en realidad tenemos dos cuadros. En la parte superior es el cruce de voto 2006 por ideología sólo para quienes SI participaron en las misiones; y en la parte inferior tenemos el mismo cruce sólo para quienes NO participaron en las misiones. El Cuadro muestra el efecto de ambas variables, veamos en el caso del voto por Chávez: entre quienes participaron en las misiones (parte superior del cuadro), Chávez gana en todas las categorías ideológicas, incluso entre los partidarios del capitalismo, sin embargo su apoyo aumenta conforme

12 Esta variable mide el efecto del clientelismo aplicado por el gobierno nacional por medio de sus misiones, y nos sirve para comparar el efecto del clientelismo nacional en contraste con el efecto de la ideología. No se mide aquí el posible efecto clientelar a favor de la candidatura de Rosales producto de sus programas sociales en el Zulia, y de la actividad clientelar de la oposición en otras regiones del país.

Cuadro 5
Voto 2006 Por Ideología: Sistema Socio-Económico Controlado por Clientelismo: Participación en Misiones del Gobierno

Participación en las Misiones del Gobierno	Ideología: Sistema Socio-Económico				Total
	1 Capitalismo Neoliberal/ Capitalismo	2 Capitalismo Social con Economía Mixta	3 Socialismo con Economía de Mercado	4 Socialismo/ Comunismo	
1 SI					
Voto Presidente 2006	0 Rosales	20	2	0	42
		37,7%	1,7%	0%	11,2%
	1 Chávez	33	115	138	333
		62,3%	98,3%	100,0%	88,8%
Total		53	117	138	375
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
2 NO					
Voto Presidente 2006	0 Rosales	179	18	2	342
		87,7%	36,7%	3,9%	72,2%
	1 Chávez	25	31	49	132
		12,3%	63,3%	96,1%	27,8%
Total		204	49	51	474
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Si: p < .001 Correlación (Spearman): .388

No: p < .001 Correlación (Spearman): .470.

nos movemos del capitalismo al socialismo, lo que indica que aún entre los beneficiarios de las misiones, el apoyo a Chávez es menor entre los partidarios del capitalismo que entre los partidarios del socialismo. Sin embargo, ganó en todas las categorías ideológicas, la ideología tuvo efecto porque alteró el margen de su victoria en cada categoría, pero no impidió que ganara en todas ellas. En conjunto, tal como aparece en la columna de la derecha, entre los beneficiarios de las misiones incluidos en el cuadro Chávez obtuvo 88,8% de los votos, y Rosales el 11,2%. Entre los no beneficiarios de las misiones incluidos en el cuadro (parte de abajo del cuadro), la misma columna de la derecha nos muestra que Chávez obtuvo 27,8% y Rosales 72,2%. Ciertamente las misiones marcaron una gran diferencia. Sin embargo, entre los no beneficiarios de las misiones, el voto por Chávez igual asciende conforme nos movemos del capitalismo al socialismo/comunismo, tanto que a pesar de que perdió entre los no beneficiarios de las misiones, sin embargo gana entre los electores de esta categoría afectos al socialismo, incluso entre los afectos al socialismo de mercado; pero claro su votación es menor en cada una de estas categorías a la que recibió entre los beneficiarios de las misiones.

En el caso de Rosales la situación se presenta a la inversa de lo que ocurre con la votación de Chávez. El voto de Rosales desciende cuando nos movemos del capitalismo al socialismo en los dos cuadros, pero el nivel de apoyo es sustancialmente más alto entre quienes no participaron en las misiones que entre quienes si lo hicieron.

Este cuadro cinco nos muestra con más detalle lo que ya indicó la regresión logística, tanto la ideología como el clientelismo tuvieron influencia sobre el comportamiento electoral de los venezolanos en las elecciones presidenciales de 2006, pero sin el efecto del clientelismo Chávez probablemente hubiera perdido.

Conclusiones

Del análisis hecho podemos extraer las siguientes conclusiones:

a) La ideología está teniendo un efecto significativo e importante entre los factores que determinan las preferencias políticas de los venezolanos. Sin embargo debe notarse que el candidato ganador en las elecciones presidenciales de 2006 tenía un apoyo minoritario en el sector ideológicamente coherente del electorado, y que las corrientes ideológi-

cas pro-mercado, contrarias a la ideología socialista del candidato ganador, eran mayoritarias. Estos hallazgos de nuestro análisis apuntan a la conclusión de que la ideología no fue el factor decisivo en el triunfo de Chávez. Más aún, si la ideología hubiera sido el único factor, Chávez no hubiera ganado la elección.

b) Aunque hay importantes rasgos de coherencia entre los ciudadanos, hay un sector de ciudadanos no definidos o no coherentes ideológicamente que, movidos fundamentalmente por el clientelismo (misiones), resultó decisivo para el triunfo del chavismo en 2006. El apoyo de este sector es por naturaleza inestable, y podría variar en la medida en que se agoten los “beneficios” del clientelismo y crezca el descontento con la labor gubernamental, a menos que el gobierno lograra consolidar estos apoyos mediante el adoctrinamiento ideológico.

c) Así pues el triunfo del gobierno se apoyó en buena medida en la acción de un factor de los denominados de corto plazo: satisfacción con la gestión gubernamental como consecuencia del mejoramiento del nivel de vida de los sectores populares derivados del gasto público selectivo y en particular de las misiones, con un alto componente de clientelismo. Los factores electorales de corto plazo no generan un apoyo estable, consolidado. El apoyo político estable tiende a fundarse en los llamados factores de largo plazo: identificación partidista, divisiones sociales, ideología. En consecuencia, nuestro trabajo sugiere que para el momento de las elecciones de 2006, el gobierno socialista bolivariano no contaba con un apoyo mayoritario consolidado. Este hecho puede explicar los esfuerzos del gobierno con posterioridad a las elecciones de aprovechar la “luna de miel electoral” para intensificar su campaña ideológica y para tratar de reducir la capacidad de la oposición para enfrentarla negándose a renovar la concesión a la planta de televisión de mayor entrada en los sectores populares y de tendencia anti-socialista.

Referencia bibliográficas

- CONVERSE, Philip E. (1964). "The Nature of Belief Systems in Mass Publics". En David Apter, ed., **Ideology and Discontent**. New York: Free Press. pp. 206-261.
- CHHIBBER, Pradeep (1999). **Democracy without Associations**. Transformation of the Party System and Social Cleavages in India. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- DALTON, Russell (2006). **Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial democracies**. Fourth Edition. Washington, D.C: CQ Press.
- KITSCHOLT, Herbert y STEVEN, Wilkinson (2007). "Citizen-politician linkages: an introduction". En Herbert Kitschelt y Steven Wilkinson, eds., **Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition**. New York: Cambridge University Press. pp. 1-49.
- KNUTSEN, Oddjorn y STAFFAN, Kumlin (2005). "Value Orientations and Party Choice". En Jacques Thomassen, ed. **The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies**. Oxford: Oxford University Press. pp. 125-166.
- LIPSET, Seymour and STEIN, Rokkan (1967). "Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments: An Introduction". En Seymour Lipset y Stein Rokkan, eds. **Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives**. New York: Free Press. pp. 1-64.
- MACKUEN, Michael B.; ROBERT S. Erikson; JAMES A., Stimson and KATHLEEN, Knight (2003). "Elections and the Dynamics of Ideological Representation". En Michael B. MacKuen y George Rabinowitz, eds. **Electoral Democracy**. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press. pp. 200-237.
- TORCAL, Mariano and SCOTT, Mainwaring (2003). "The Political Recrafting of Social Bases of Party Competition: Chile, 1973-1995". **British Journal of Political Science** 33: 55-84.
- VANDER EIJK, Cees, HERMAN, Schmitt y TANJA, Binder (2005). "Left-Right Orientations and Party Choice". En Jacques Thomassen, ed. **The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies**. Oxford: Oxford University Press. pp. 167-191.

APÉNDICE 1

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA A LAS QUE SE HACE REFERENCIA EN EL TEXTO

12. Si usted fuera a votar, ¿por cuál de estos candidatos votaría usted en las próximas elecciones para presidente? (Entregar Tarjeta N° 1)

(Se le presentaron al elector todas las opciones pero para este informe se consideran sólo las respuestas en favor de Chávez y Rosales).

0. Rosales

1. Chávez

19. ¿Alguna vez usted o algún familiar que viva con usted participó en alguna de las misiones del gobierno tales como Sucre, Ribas, Robinson, Vuelvan Caras, Negra Matea u otra?

01. Si

02. No

99. No Sabe / No Contesta

29. Pasemos ahora a un tema distinto. Por ahí se habla mucho sobre los sistemas económicos. Se habla del capitalismo, del socialismo, del comunismo. De los diferentes sistemas económicos que aparecen en esta tarjeta (MOSTRAR TARJETA N° 3), ¿cuál le gusta más a usted?

01. Capitalismo neoliberal

02. Capitalismo

03. Capitalismo social con economía mixta

04. Socialismo con economía de mercado

05. SocialismoEstatista

06. Comunismo

07. Otros

99. No Sabe/ No contesta

30. En la actualidad, ¿ con qué frecuencia asiste usted a servicios religiosos?

01. Más de una vez por semana

02. Una vez por semana

03. Una vez al mes

04. Solo en días festivos

05. Una vez al año

06. Con menor frecuencia

07. Nunca, prácticamente nunca

99. No Sabe/No Contestó

(Para el análisis esta pregunta fue recodificada como se indica en el texto).

Preguntas 68, 69 y 70:

Ahora me gustaría que me indicara sus puntos de vista sobre distintos temas. ¿Cómo colocaría sus puntos de vista en esta escala? "1" significa que usted está de acuerdo completamente con la frase a la izquierda. "7" significa que usted está completamente de acuerdo con la frase a la derecha; y si su manera de pensar está entre las dos, puede usted escoger cualquier número en medio.

Por favor, indique también donde estarían en esa escala Hugo Chávez y Manuel Rosales.

ENTREVISTADOR: Asegúrese que el entrevistado entendió bien la escala antes de continuar.

MOSTRAR TARJETA Nº 5

1	2	3	4	5	6	7	NS=99
Es preferible una sociedad socialista donde las empresas y negocios sean propiedad del Estado				Es preferible una sociedad capitalista donde las y negocios sean propiedad privada			

68. ¿Usted dónde se ubica?

69. ¿Y Hugo Chávez?

70. ¿Y Manuel Rosales?

86. ¿Cuál es su edad actual?

01. 18 A 24

02. 24 A 35

03. 35 A 44

04. 45 A 54

05. Más de 55

90. ¿Cuál es su último año de educación aprobado?

01. Ninguno

02. Primaria incompleta

03. Prima Completa

04. Técnica incompleta

05. Técnica completa

06. Universitaria incompleta

07. Universitaria completa

08. Postgrado

99. No Sabe/No Contesta

92. Género

01. Hombre

02. Mujer

95. Establezca el nivel socioeconómico del entrevistado (clase social), de acuerdo al tipo y lugar de su vivienda, uso externo de bienes de consumo y de bienestar, presencia física y dominio cultural del idioma:

01. E popular baja

02. D-popular alta

03. D+ media baja

04. C media

05. B media alta

06. A alta

(La ubicación es realizada por el encuestador)

APÉNDICE 2
RESULTADO DE LA REGRESIÓN LOGÍSTICA

Variab le dependiente: voto presidencial en 2006
Variables independientes: Ideología, Estrato Social, Clientelismo (participación en las misiones), Religiosidad, Edad, Género, Educación¹

Resultados de la Regresión Logística

Variables en el modelo final (efecto autónomo y significaivo)

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
var00029 Ideología	1.272	.115	123.350	1	.000	3.569
var00019 Clientelismo Misiones	-3.026	.256	139.956	1	.000	.048
var00095 Estrato Social	-.237	.108	4.793	1	.029	.789
Religiosidad	-.390	.098	15.978	1	.000	.677
Constante	2.761	.600	21.139	1	.000	15.813

Variables sin influencia significativa que no entran en la

Nagelkerke R² = .686

¹ Para la redacción de las preguntas ver Apéndice 1.

APÉNDICE 3
RELIGIOSIDAD Y VOTO

Voto2006 POR Religiosidad

	Religiosidad Asiste Servicios Religiosos				Total
	1.00 Menos de 1 vez al año o nunca	2.00 Días Festivos o Una vez al año	3.00 Una vez al mes	4.00 Una vez por semana o más	
Voto2006 .00 Rosales	81 30.9%	124 46.6%	87 50.0%	131 57.0%	423 45.4%
1.00 Chávez	181 69.1%	142 53.4%	87 50.0%	99 43.0%	509 54.6%
Total	262 100.0%	266 100.0%	174 100.0%	230 100.0%	932 100.0%

P< .001

Correlación (Spearman): -.191