



### EL VOTANTE ESTADOUNIDENSE

Lewis-Beck, Michael; Jacoby, William; Norpoth, Helmut; Weisberg, Herbert, *The American Voter Revisited*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 2008, 494 p.

136

Philip E. Converse, uno de los participantes en el original *The American Voter* –quien prologa por cierto el texto del que aquí nos ocupamos–, recordaba hace poco tiempo los principales episodios de la investigación sobre la opinión pública en los Estados Unidos, país donde esta práctica se halla muy extendida. El primer grupo que desarrolló trabajos con un enfoque científico en el campo de las encuestas fue impulsado por Paul Lazarsfeld, un exiliado del nazismo que había recalado en la universidad neoyorkina de Columbia en los años treinta. Lazarsfeld, un psicólogo social con especial interés en el desarrollo de las técnicas estadísticas, había adquirido prestigio en las ciencias sociales a raíz de sus estudios, para el ejército estadounidense, sobre las condiciones en que se desenvolvían los grupos de combate. En 1944, Lazarsfeld y sus colegas publicaron *The People Choice*, tal vez el primer texto sistemático sobre el comportamiento electoral; en él se demostró que las condiciones de afiliación grupal, como la clase social o la religión, eran las más importantes a la hora de determinar por quién votar. Tanto el grupo de Paul Lazarsfeld como algunos de los que aparecieron posteriormente –como el National Opinion Research Center y el Survey Resear-

ch Center de la Universidad de Michigan– tuvieron una composición relativamente heterogénea: psicólogos sociales, politólogos y sociólogos combinaban perspectivas teóricas y técnicas metodológicas.

El centro de la Universidad de Michigan cobró fuerza y, en la década de los cincuenta, se convirtió en el principal referente de los estudios de opinión pública y comportamiento del voto en los Estados Unidos. Fue allí donde, a partir de un fondo recibido para estudiar las elecciones presidenciales de 1952, se gestó el primer *The American Voter*. Se logró a pesar de las intensas discusiones teóricas entre los participantes, ya que, si bien las elecciones mostraban cambios en las preferencias electorales de entre un cinco y un diez por ciento, los cambios en la composición de los grupos de afiliación –etnia, religión, nivel socioeconómico y valores culturales– eran menores; sobre esto, las explicaciones “sociológicas” presentaban cierta incertidumbre. La polémica no se ha resuelto todavía, a pesar del enorme desarrollo que, desde entonces, se ha dado en las técnicas estadísticas de análisis. Por ejemplo, las computadoras de los años sesenta eran enormes máquinas con una capacidad menor a la de cualquier portátil actual, trabajaban con tar-

jetas perforadas y el programa vulgarmente conocido como SPSS estaba apenas en sus primeros pasos.

Pero no sólo las perspectivas teóricas y las técnicas han cambiado desde hace cincuenta años, también la identificación partidaria y los términos con los que la gente se refiere a uno u otro de los aspectos ideológicos de la política. En el caso de los Estados Unidos, los significados de “liberal” y “conservador” obligan a reestructurar las preguntas de los cuestionarios, para no hablar de las identificaciones étnicas, las formas de autopercepción de clase y la ubicación en niveles socioeconómicos. Además, la identidad social ha adquirido otras formas de manifestarse, de las cuales el voto puede no ser la esencial; todo ello hace que factores psicosociales, no siempre diferenciados, se conviertan en los principales elementos de explicación causal.

Este nuevo texto, aunque formalmente reproduzca la estructura capitular del primero, es una obra imprescindible para todo aquel que se interese por el comportamiento de voto, sea por razones académicas o prácticas. Dado que el voto es un comportamiento contextual, no

debe caerse en la ilusión de transferir los hallazgos a cualquier otra sociedad diferente de la estadounidense. Aun así, el comportamiento del voto comparte con cualquier democracia más o menos establecida varios elementos: se realiza en la intimidad de la casilla —llamada por ello “cuarto oscuro” en varios lugares— y todo votante tiene en mente, más o menos concientemente, a los candidatos, partidos y corrientes ideológicas a las que representan, así como su posición y de sus partidos ante los asuntos más relevantes. A ello hay que agregar la biografía personal del votante y los fundamentos de su comportamiento social, es decir, la carga relativa de los componentes emocionales y racionales en su acción social. Cada uno de estos elementos está integrado, a su vez, por múltiples variables; de allí que explicar el comportamiento del voto sea siempre difícil. Por último, la causa de la toma de decisiones frente a la urna tiene efectos. Sobre esto los autores llaman la atención, especialmente porque, hasta ahora, parece ser uno de los aspectos más descuidados del proceso electoral.