

Serie

Cuadernos de Investigación IOP

Número 7

**Los que quieren ser presidente: Percepción
ciudadana hacia candidatos presidenciales en la
etapa previa al período electoral (2007 -2010)**

María Lorena Lévano Gavidia

Agosto 2014

Serie Cuadernos de Investigación, N° 7

ISSN 2310-1091

Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Av. Universitaria 1801, San Miguel, Lima, Perú

Teléfono 626 2000 anexo 3701

iop@pucp.edu.pe

www.iop.pucp.edu.pe

www.iop-data.pucp.edu.pe



Lévano Gavidia, María Lorena. *Los que quieren ser presidente: Percepción ciudadana hacia candidatos presidenciales en la etapa previa al período electoral (2007 -2010)*. Lima: IOP PUCP. 2014.

(Cuadernos de Investigación, N° 7)

Comportamiento electoral / Intención de voto / Desempeño público / Percepción ciudadana / Elecciones presidenciales.

La Serie Cuadernos de Investigación es una colección de documentos de trabajo elaborados por investigadores afiliados o colaboradores del IOP PUCP.

El contenido de los documentos es de responsabilidad exclusiva de sus autores.

Los que quieren ser presidente: Percepción ciudadana hacia candidatos presidenciales en la etapa previa al período electoral (2007 -2010)

María Lorena Lévano Gavidia¹

Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

Esta investigación explora —dentro del análisis de comportamiento electoral— dos aspectos de la opinión pública: la aprobación del desempeño público de los políticos en el período no electoral y la intención de voto durante los meses previos a las elecciones. A partir de datos recogidos por el IOP-PUCP en encuestas de opinión nacional urbana, se analizan dichos aspectos sobre el caso de cuatro políticos peruanos contendores en las elecciones presidenciales de 2011. La investigación hace una aproximación general al tema reconociendo que la manera óptima de lograr su comprensión es mediante la complementación de fuentes y enfoques. Es decir, además de las fuentes que comprenden el análisis de encuestas y la revisión de los principales medios escritos, adoptamos una aproximación multidisciplinaria que nos permite conocer la forma en la que las percepciones hacia los candidatos cambiaron en el tiempo, lo cual nos permite a la vez proponer posibles explicaciones a las variaciones encontradas.

Palabras clave: Comportamiento electoral, intención de voto, desempeño público, percepción ciudadana, elecciones presidenciales.

Abstract

This study explores –within electoral behavior analysis- two aspects of public opinion: the approval of the politicians’ public performance in a non-electoral period and voting intention during the months before the election. From data collected in national urban opinion surveys by IOP-PUCP, this research analyzes those aspects of four peruvian politic contenders in the presidential election of 2011. Research makes a general approach to the subject recognizing that optimal way to achieve this understanding is complementing sources and approaches. In addition to survey analysis and review of major print media, we adopt a multidisciplinary approach that lets us know the way the public perceptions of the candidates changed over time, allowing different explanations for the identified variations.

Keywords: Electoral behavior, voting intention, public performance, public perception, presidential elections.

¹ María Lorena Lévano es licenciada en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú. El trabajo que a continuación se presenta obtuvo el primer lugar en la categoría de estudiantes de pregrado en el “Primer concurso de monografías sobre opinión pública IOP-PUCP”.

Introducción

Los análisis de opinión pública son muy variados pues por la amplitud del concepto pueden trabajar diversos temas como: corrupción, seguridad ciudadana, apoyo a la democracia y, en general, percepciones, tendencias y preferencias hacia diferentes objetos. La variedad también se explica porque la disciplina ha sido abordada desde distintas áreas de estudio como la filosofía política, la ciencia política, la comunicación, la psicología, entre otros.

En este caso en particular se quiere estudiar la opinión pública en relación al comportamiento electoral, tema que ha sido ampliamente discutido y abordado por las áreas señaladas.

A partir de lo anterior, se reconoce que existe cierta dificultad de análisis al tener tantas categorías y enfoques diversos que muchas veces llegan a ser contradictorios. Otro problema es que la opinión pública se suele estudiar en relación al voto final olvidando que en realidad hay una construcción anterior a la etapa electoral en la que las personalidades e imágenes de los candidatos comienzan a formarse. Estudiar estas tendencias no debería ser monopolio de quienes cuentan con bases de datos longitudinales; es por ello que este trabajo busca, de manera inicial, hacer el ejercicio de realizar análisis en el tiempo obteniendo información de bases de datos que tradicionalmente estaban pensadas para realizar un análisis transversal.

El tema específico que se tratará es el de la opinión pública como eje transversal en el comportamiento electoral, pues se propone que pueda analizarse tanto en la etapa previa a las elecciones, como en la campaña y la elección en sí misma. Para ello, se analiza la aprobación del desempeño público (2007-2009) y la intención de voto (2010) en el periodo anterior a las elecciones de 2011; este análisis se realiza para cuatro políticos: Luis Castañeda, Keiko Fujimori, Ollanta Humala y Alejandro Toledo, quienes fueron los principales contendores a la presidencia de la república en dichas elecciones.

A partir de la información existente y la literatura revisada la pregunta que se busca responder es: ¿De qué manera se ha comportado la opinión pública nacional urbana en relación con los

candidatos de las elecciones presidenciales del 2011 durante el periodo previo a ésta (2007-2010)? Al responder esta pregunta lograremos cumplir los siguientes objetivos:

- Objetivo 1: Conocer la manera en la que la opinión pública, hacia los candidatos a la presidencia en el 2011, se comporta a lo largo del tiempo.
- Objetivo 2: Proponer posibles explicaciones a las variaciones encontradas usando la división de los segmentos de la muestra encuestada.

Cabe decir que esta investigación es no experimental, pues no controlamos las variables; longitudinal es decir, en varios tiempos² y descriptiva ya que trabajamos basándonos principalmente en el análisis de gráficos y tablas realizadas a partir de la información disponible en las bases de datos del IOP - PUCP (IOP-DATA)³.

Es importante destacar que se trabaja con esta fuente pues tiene un amplio número de encuestas realizadas regularmente a lo largo de los años. Esta característica, en especial, ha permitido hacer la comparación temporal que se buscaba realizar. En cuanto a las limitaciones, comprendemos que el análisis no puede ser generalizado más allá de los límites de las encuestas que se toman como fuente principal, en este caso, es nacional urbana; por lo que las descripciones e hipótesis planteadas estarán hechas en base a este sector de la población. Además, otra limitación es que no se miden los mismos conceptos a lo largo del tiempo, siendo que en el periodo lejano a las elecciones se mide la aprobación del desempeño público, mientras que en un periodo más cercano se pregunta por la intención de voto. Esto ha sido solucionado buscando una solución teórica y acoplado la técnica a la data disponible pero consideramos que sería beneficioso mantener preguntas a lo largo del tiempo para realizar este tipo de análisis con mayor precisión.

² Diciembre de 2007, Junio de 2008, Diciembre de 2008, Junio de 2009, Diciembre de 2009, Junio de 2010 y Setiembre de 2010

³ Se toman las encuestas Nacional – Urbana para cada uno de los periodos mencionados.

Adicionalmente, el análisis a partir de los datos de las encuestas será complementado con la revisión de noticias (de prensa escrita⁴) que sean relevantes para entender las fluctuaciones en el tiempo de la opinión pública hacia los candidatos que estudiaremos.

El trabajo es importante porque trata un tema que ha sido poco estudiado. No nos basamos en el tradicional indicador de voto sino que intentamos ir un paso atrás para comprender qué sucede en la etapa previa a las elecciones lo que nos ayudaría a tener una mejor visión de cómo funciona el comportamiento electoral. Si bien no se pretende establecer causalidad ni probar grandes teorías, es interesante observar la importancia que un tema como éste puede llegar a tener al momento de entender la complejidad de la decisión del voto.

Lo anterior servirá para ver la consistencia en el respaldo o rechazo ciudadano a distintas figuras, lo cual ayudará a entender si el votante tiene percepciones y opiniones constantes o si son variadas en el tiempo. Con los resultados se podrá ver si los ciudadanos construyen una imagen de los candidatos a lo largo del tiempo, incluyendo la época no electoral, o si sus percepciones son únicamente producto de campañas y sucesos cercanos a la etapa electoral.

Un trabajo como el propuesto hace que las investigaciones de temas electorales no solo centren su análisis en los periodos típicos sino que también tengan en cuenta otras etapas de la vida política de los personajes en cuestión, pues éstos no solo tienen presencia durante elecciones sino que también son de interés público y ocupan un importante rol en el tiempo previo.

Finalmente, el trabajo es especialmente interesante metodológicamente, pues al ser longitudinal hace uso de diferentes bases de datos, dando énfasis a la importancia de utilizar fuentes que permitan hacer comparaciones a través de los años, como las que proporciona el IOP – PUCP.

Estado de la Cuestión

Al realizar una revisión general acerca de las diversas investigaciones dedicadas a analizar la opinión pública y su relación con el comportamiento electoral se encontró una amplia gama de enfoques. De

⁴ Se revisaron los archivos digitales de: El comercio, La República, Perú 21 y Diario 16

acuerdo a la bibliografía revisada, existen diversas corrientes metodológicas y analíticas desde las cuales se puede investigar y comprender nuestro tema de investigación. La relación estudiada puede ser abordada desde la misma rama de la disciplina de opinión pública; pero también puede analizarse desde la psicología política y social, la sociología, los estudios electorales, la comunicación política, entre otros. En ese sentido, podemos decir que tanto la opinión pública como el comportamiento electoral son fenómenos bastante complejos que involucran diversas disciplinas en su estudio y que, para analizarlos, debemos tener en cuenta los diferentes enfoques en la medida que sean pertinentes.

Como primer paso debe definirse con qué concepción de opinión pública se trabajará, cabe decir que ésta debe ir acorde al tema con el que queremos vincularla; por ello, se ha optado por revisar con especial interés aquellas investigaciones que la relacionan con el comportamiento electoral. Entre los principales autores que abordan el tema se encuentra al sociólogo argentino Hugo del Valle. La relevancia de su trabajo radica en que reconoce la importancia de estudiar la relación entre opinión pública y voto pero es crítico ante el establecimiento de una relación lineal entre estos temas, pues para él no es correcto sostener que las personas actúan como opinan pues son dos tipos de comportamiento distintos; por ende, es necesario comprender que son dos conceptos diferentes pero que existe cierta vinculación entre ellos (Del Valle: 2009, 2).

Habiendo establecido que nuestros temas de interés tienen un vínculo complejo, es necesario aclarar qué entendemos por “opinión pública” pues es un concepto amplio y ambiguo que ha sido usado con diferentes connotaciones. Del Valle señala que principalmente el término “opinión” debe ser diferenciado de otros con los que suele confundirse como: “actitud”, “valores” o “identificaciones” y que, más bien, se refiere a

“una decisión que adapta las actitudes relacionadas con el tema a las percepciones que el individuo tiene de la realidad en la que la conducta debe respirar” (Del Valle: 2009; 17);

Complementando esta definición, Sartori señala que el objeto del estudio de la “opinión pública” recibe el adjetivo “público” no solo por ser difundida y pertenecer a muchas personas sino también por los objetos a los que afecta que son de interés general (Sartori, 1992: 164); en el caso particular de estudios electorales: políticos, partidos políticos y candidatos.

Ahora bien, más allá de la conceptualización en sí misma es interesante revisar las diferentes aproximaciones que se han realizado sobre la relación entre opinión pública y comportamiento electoral, para lo cual se agruparán los análisis según las diferentes formas desde las que se puede abordar.

Para comenzar, desde lo más abstracto tenemos a Jürgen Habermas que, desde la filosofía, enfatiza el aspecto racional de la opinión pública en tanto es fruto de la deliberación y el discurso razonado, formando una voluntad común que no es la suma de intereses individuales sino la participación abierta de todos. Si bien Habermas tiene razón al decir que la opinión pública va más allá de la suma de intereses particulares no puede decirse que es fruto únicamente de la razón y deliberación consciente pues, como veremos más adelante, su construcción es mucho más compleja e implica la inclusión de factores emocionales.

Por otro lado, tenemos a las teorías sociológicas que, como menciona Del Valle, tradicionalmente

“sostuvieron la identidad entre opinión pública y comportamientos electorales y, sobre la base de una consideración estructuralista de la acción, no dan cuenta de la distancia existente entre opinión y voto” (Del Valle: 2009, 7).

Cabe decir que frente a lo anterior existen importantes excepciones como Sartori, autor que no solo critica esta falsa identidad sino que recalca la enorme influencia del ambiente y la sociedad en la opinión pública. Para él

“las opiniones no solo tienen relación con las informaciones, sino que se derivan también de los grupos de referencia (familia, amigos, trabajo), de manera que éstas provienen finalmente de dos fuentes: mensajes informadores e identificaciones (Sartori, 1992: 156).”

Lo anterior puede ser complementado con lo postulado por Dittus, quien menciona que el individuo construye su percepción en base al entorno y a lo socialmente aceptado, por lo que se acomodará a la forma de pensar del colectivo para no ser rechazado (Dittus, 2005: 1).

Otro enfoque para el estudio de opinión pública y comportamiento electoral proviene de la rama del framing desde el cual se ha buscado explicar el proceso de construcción de la imagen política

a partir de un grupo cerrado de categorías que funcionan como encuadres (frames). Zamora y Lozada son críticos al decirnos que

“[los encuadres] se utilizan para proyectar una determinada imagen de un candidato ante sus públicos prioritarios y, en particular, ante los medios de comunicación [olvidando que] los ciudadanos son los únicos responsables de la creación de asociaciones con las que caracterizar a los candidatos (Zamora & Lozada, 2011: 1).

La crítica va principalmente contra la tendencia a separar de modo artificial la parte cognitiva de la afectiva pues ambas son importantes en el momento de formular una opinión. No debemos olvidar que las personas manejamos ambas dimensiones y que no hacemos separaciones sino que manejamos ambas de manera conjunta (Zamora & Lozada, 2011: 10).

“Se insiste en la idea de que la labor de interpretación del mundo es mucho más que un mero cálculo racional y una ordenación de intereses individuales, dado que las emociones no acompañan simplemente nuestros más profundos deseos y satisfacciones, sino que los constituyen, impregnando nuestras ideas, identidades e intereses (Latorre, 2005, p. 44). No hay razón alguna para pensar que esta misma interacción de lo racional y lo emocional no ocurra de igual modo con la imagen de los candidatos políticos.” (Zamora & Lozada, 2011: 10).

En ese contexto, surge la necesidad de agregar la referencia a un trabajo que explica que, en el contexto explícito de las opiniones políticas, existe una corriente de investigación cada vez más influyente que demuestra la integración entre cognición y emoción en la toma de decisiones políticas, hasta el punto de llegar a afirmar que la cognición política está modelada por las emociones, cuya importancia en las campañas electorales es crucial (Jamieson, 1992; West, 2001; Richardson, 2003)

Adicionalmente, se ha revisado una investigación proveniente de la rama de comunicación política la cual señala que la agenda estipulada por los medios impacta a la audiencia al momento de otorgar importancia relativa a los asuntos públicos, siendo los medios los que finalmente pueden establecer en el público los temas sobre los que se debe pensar y discutir; además, los medios también pueden llegar a transferir la manera en la que evaluamos a los protagonistas de esos asuntos (Lozano, 2003:1), en este caso, a los políticos.

Finalmente, la última perspectiva consultada corresponde al sociólogo francés Pierre Bourdieu. Se decidió apartar este enfoque pues es diferente a los anteriormente revisados. El autor es

crítico frente a la existencia real de la opinión pública pues para él es errado pensar que las personas pueden llegar a tener una opinión común; además, suponer que las opiniones tienen un mismo peso y acumularlas lleva a producir resultados artificiales. Asimismo, afirma que en el simple hecho de plantearle la misma pregunta a todos los encuestados se halla implicada la hipótesis de que hay un consenso sobre los problemas, situación que no ocurre necesariamente. En resumen, Bourdieu señala una serie de distorsiones que se observan dentro de los estudios de opinión pública incluso cuando se cumplen todas las condiciones del rigor metodológico en la recogida y análisis de los datos (1992: 301-311).

La crítica de Bourdieu es importante para el análisis pues no reconocerla implicaría dar menor importancia a las limitaciones propias del tipo de estudio realizado. En lugar de tomar su perspectiva de manera negativa se considera interesante y necesaria para replantear la manera de analizar la opinión pública. Si bien, como menciona el autor, existen ciertas limitaciones al usar las herramientas propias de esta rama de investigación creemos que analizar la opinión pública ayuda a comprender ciertos aspectos generales a los que no podríamos llegar de otra manera. Cabe destacar que lo más rescatable de lo expresado por el autor es la necesidad de criticar nuestras propias técnicas a modo de pensar de una manera más abierta y buscando complementar el análisis de opinión pública con herramientas de otras disciplinas que, como se ha visto a lo largo de la revisión de la literatura, permitan analizar de una manera más completa los fenómenos a los que nos enfrentamos para reducir las limitaciones.

Esta revisión bibliográfica ha permitido tener una comprensión más completa de un fenómeno de estudio multidimensional y sumamente complejo de abordar debido a las diversas variables que intervienen en el proceso de formación de la opinión pública. En las siguientes líneas nos dedicaremos a describir el marco teórico que usaremos a lo largo de la investigación.

Marco Teórico

A la luz de la revisión teórica realizada, y del propósito original de la investigación, los marcos teóricos elegidos servirán para entender la manera en que varía la opinión pública respecto a figuras

políticas reconocidas; cabe decir que no se explicarán las causas de estas variaciones, ya que ello requeriría realizar un estudio de mayor magnitud que el presente, pero se intenta establecer relaciones generales y esbozar algunas explicaciones iniciales.

Para el análisis de las tendencias encontradas a partir de la data proveniente del IOP – PUCP⁵ se usarán conceptos analíticos de la psicología política para tratar de describir de manera general el comportamiento del electorado peruano en el periodo correspondiente (2007 a 2010). Asimismo, se incluirán herramientas y conceptos teóricos de la propia disciplina de las relaciones públicas con el propósito de contrastar los momentos donde las campañas parecen haber tenido el mayor impacto sobre el público. Complementariamente, se considera que un análisis de la opinión pública en el Perú debe tener en cuenta no solo la campaña en sí sino también los factores emocionales y contextuales que pudieron haber afectado a los votantes para cambiar sus percepciones; por ello, es necesario incluir diversas herramientas teóricas que permitan tener una mejor comprensión de nuestro fenómeno.

Para comenzar, se utilizarán conceptos de la psicología política en tanto permiten entender el proceso por el cual las personas procesan la información del entorno (en este caso del candidato) y la convierten en una “imagen mental” sobre la cual finalmente basarán sus decisiones (votos). Es importante tener en cuenta a lo largo del análisis que este proceso es emocional-racional; es decir, las emociones son la base de nuestra elección razonada. Según los investigadores Linda Isbell y Víctor Ottati (2002), los votantes experimentan reacciones afectivas de manera regular y emplean esos sentimientos como base para evaluar a los candidatos políticos. Proponen tres aspectos para aproximarse a este planteamiento: las características personales (apariencia, discurso y comportamientos) del candidato; el contexto (la presencia de música o elementos decorativos) y los estados afectivos que pueden encaminar la manera en que los votantes procesan cognitivamente la información acerca del candidato a la hora de evaluarlo (Isbell & Ottati, 2002: 56).

⁵ Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en adelante IOP - PUCP

Los autores mencionan también que los votantes pueden experimentar un proceso aún más complejo en su evaluación de las características de un candidato. Las investigaciones realizadas al respecto señalan que determinantes cognitivos y emocionales tienen estructuras evaluativas diferenciadas; lo que quiere decir que un votante puede tener una opinión positiva o negativa hacia determinado candidato aun cuando sea capaz de reconocer en el virtudes y defectos (Isbell & Ottati, 2002: 58). Otro de los puntos relevantes abordados por los autores es que la mayoría de los votantes son conscientes de que los candidatos desean manipular la percepción que tienen estos acerca de ellos (Isbell & Ottati, 2002: 65).

Para complementar el análisis desde la psicología política, se ha incluido también otro tipo de estudios que resaltan la importancia de pertenencia a determinados grupos a la hora de establecer preferencias. Skitka y Mullen distinguen grupos determinados por interés material, pertenencia a determinado colectivo, atributos, entre otros. Según las autoras, el grueso de los votantes no posee una clara posición ideológica; sin embargo, cuando se les presiona a elegir una determinada opción logran articular una posición más definida (Skitka & Mullen, 2002: 109). Igualmente, la pertenencia a determinados grupos no tiende a ser importante sino hasta que sus derechos están en juego o cuando hay una clara identificación del grupo en cuestión con algún tema específico (Skitka & Mullen, 2002: 112).

A partir de lo anterior podemos comprender la manera en la que el electorado forma sus percepciones; pero este análisis estaría incompleto si no tomamos en cuenta que esta construcción se realiza en base a estímulos externos que pueden estudiarse desde el enfoque de las relaciones públicas, disciplina que estudia la manera en la que se busca moldear la opinión pública marcando la pauta y estableciendo la agenda sobre la gente. Según Canfield (1973), el problema más importante que se les presenta a las instituciones económicas, sociales y políticas es el de su relación con la gente. El propósito de las relaciones públicas es el de conciliar la opinión pública con aquel de la institución que busque ejercer una influencia sobre los primeros, ya sea una fábrica, el gobierno o un candidato.

La herramienta base para ello es la comunicación; según el autor, el público desea saber qué es lo que hace determinada institución, en este caso el candidato. Si éste no explica su accionar, entonces el público sacará sus propias conclusiones o empleará otras fuentes de información con lo cual el candidato corre el peligro de que se la difame (Canfield, 1973: 23). Puede decirse que Canfield tiene una visión empresarial de la comunicación política, en tanto considera que ésta brinda un servicio al público consumidor. Según el autor, las relaciones públicas solo serán efectivas si son parte de una campaña continua de comunicación, un esfuerzo continuo (Canfield, 1973: 27).

Las relaciones públicas conciben la opinión pública como una sumatoria de individuos con preferencias claramente diferenciadas. El autor menciona que hay tres tipos de personas: aquellos con una actitud positiva a favor de un determinado tema; otros que por su parte tienen una actitud negativa hacia el tema y aquellos con una actitud indiferente o pasiva acerca de la problemática en cuestión, cualquiera que esta sea (Canfield, 1973: 34). No obstante, cuando el público pasivo ve que sus intereses son afectados por un hecho fortuito pueden cambiar su perspectiva y adoptar una actitud positiva o negativa relativa a la cuestión. Es decir, la opinión pasiva se transforma en opinión activa cuando el público percibe que su bienestar está siendo afectado (Canfield, 1973: 34).

Finalmente, se hará uso de algunos conceptos provenientes de la Ciencia Política, específicamente de la rama de ideologías políticas. El lector se podrá preguntar cuál es la importancia de tomar en consideración el factor ideológico dentro del análisis de comportamiento electoral cuando en los últimos años hemos sido testigos de la crisis de partidos políticos tradicionales y, por ende, de los lazos que los unían con la población. Por ello, cabe explicar que no tomamos la ideología en tanto conexión o simpatía hacia un determinado partido político o una posición entre izquierda y derecha sino que la concebimos como procesos mentales inherentes al ser humano, necesarios para sostener nuestra percepción del mundo exterior (Castells, 2009: 92). Las ideologías entonces, son imágenes, ideas y sentimientos a través de los cuales conocemos la realidad que tiene a la mente como ente organizador (Berger y Luckman, 1972: 164-165).

La vida social en la que se enmarca toda actividad, incluyendo la electoral, se produce únicamente donde existen interpretaciones y significados. Los individuos actúan no solo de forma racional sino ideológica; un individuo forma parte de la sociedad cuando ha terminado de pasar por etapas de socialización primaria, al reconocer su idiosincrasia e individualidad arraigada, y socialización secundaria, al internalizar su papel en la sociedad adquiriendo conocimiento específico de su rol y comprendiendo el contexto institucional de su universo simbólico (Berger y Luckman, 1972: 167).

La ideología puede entenderse como la salida simbólica a un estado de tensión entre aspectos culturales, sociales y psicológicos pues permite la elaboración de mapas de la realidad social y matrices para la conciencia colectiva (Geertz, 2003: 192). Esto es fundamental en lo relativo a la toma de decisiones, en este caso de tipo electoral. El votante tiene la necesidad de reducir las contradicciones que encuentra en la realidad con las herramientas que tiene dentro de su posición social y cultural a partir de su individualidad y su propia experiencia personal. Sin descuidar el pensamiento racional y la toma de decisiones según el cálculo más ventajoso, debemos recuperar la idea de que toda racionalidad lleva en sí misma subjetividad y que son el resultado de un complejo proceso mental que lleva de manera intrínseca componentes emocionales y psicológicos.

En resumen, en esta sección se ha buscado explicar de manera concisa las diferentes herramientas teóricas que usaremos para el análisis. Haremos uso de conceptos provenientes de la psicología política para describir y analizar de manera inicial el pensamiento del elector, teniendo en cuenta que este tiene componentes racionales y emocionales igualmente relevantes. Complementaremos este análisis con el de relaciones públicas que nos permitirá enfocarnos en la manera en la que los candidatos intentan moldear o influenciar a la opinión pública, comprendiendo que esto no solo se realiza en época electoral sino que se construye a lo largo del tiempo. Adicionalmente, utilizaremos algunos conceptos provenientes de estudios de ideologías políticas en tanto nos permitirán tomar en cuenta para el análisis la subjetividad existente en cada individuo y la relación que el comportamiento, en este caso electoral, tiene (o no) con ciertos grupos de pertenencia.

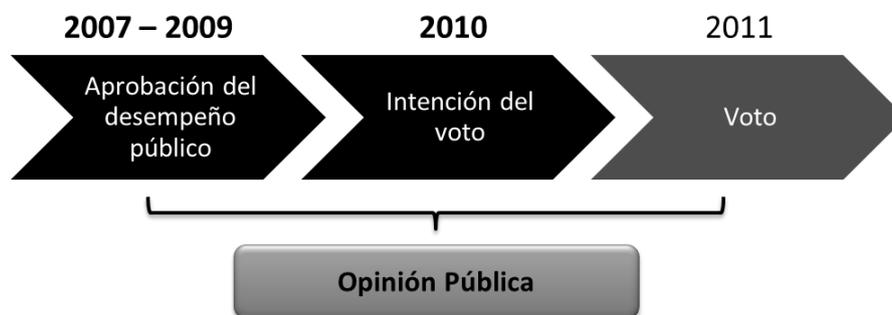
Metodología

En las secciones anteriores se ha presentado la revisión de la literatura y el marco teórico que encaminará este trabajo. La definición de los principales términos y la revisión de las principales investigaciones y debates han permitido proveer una primera aproximación de los aspectos que serán el núcleo de nuestra investigación. En este apartado se explicará cómo se realizó el análisis.

A partir de lo revisado en la literatura, se ha podido apreciar que los fenómenos (opinión pública y comportamiento electoral) guardan un estrecho vínculo. Sin embargo, la relación producida es compleja ya que el propósito es trabajar incluyendo, además de los conceptos, la dimensión temporal con el fin de conocer la relación existente entre la aprobación del desempeño público (que se da en etapa no electoral) y la intención de voto (en etapa pre-electoral).

Para explicar mejor lo anterior debemos observar del siguiente gráfico:

Gráfico 1. *Opinión pública y comportamiento electoral en el tiempo*



Elaboración propia

Para este estudio, tal como se aprecia en el gráfico, la opinión pública en relación al comportamiento electoral abarca tres fases: En la etapa no electoral (2007 -2009) la opinión pública que se analizará es la relativa a la aprobación del desempeño público de políticos que suelen participar en elecciones presidenciales pero que no son candidatos definidos pues aún no comienza la etapa electoral. En la etapa pre-electoral (2010) ya iniciaron las campañas y es por ello que la opinión pública ya no se enfoca en aprobación de desempeño sino que comienza a preguntarse sobre la intención del voto ya que en este caso los candidatos ya están definidos. Finalmente, el proceso acaba

con la expresión del voto en sí mismo que, como se vio en la revisión literaria, guarda relación con la opinión pública.

Sobre el modelo es importante aclarar que se comprende que la diferenciación entre etapas “no electorales”, “pre electorales” y “electorales” es artificial, pues los ciudadanos no distinguen claramente los tiempos que establecimos de manera teórica; sin embargo, es importante hacer estos cortes que permitirán analizar el proceso previo a la elección final, de acuerdo a la información disponible.

Otro punto a aclarar es que este trabajo se basará principalmente en el análisis de las dos fases iniciales pues la intención es comprender la etapa previa al voto y ver la manera en la que la opinión pública reacciona frente a políticos que pasan de ser figuras públicas relevantes (2007-2009) a candidatos presidenciales (2010). En el caso de la última fase, la votación en sí misma, no es analizada a profundidad pues muchos trabajos han estudiado el tema de resultados electorales; en cambio esta sí será utilizada, a grandes rasgos, en las conclusiones para ver si es que el voto finalmente tuvo o no relación con las percepciones de las etapas que analizamos a profundidad (previas a la elección).

A partir del modelo propuesto, se considera fundamental comprender: **¿De qué manera se ha comportado la opinión pública nacional urbana en relación con los candidatos de las elecciones presidenciales del 2011 durante el periodo previo a ésta (2007-2010)?** Pregunta base de la investigación.

Para el desarrollo de esta investigación, se ha considerado apropiado realizar un estudio no experimental, pues no se controlan las variables; longitudinal es decir, en varios tiempos⁶ y descriptivo, basándose principalmente en el análisis de gráficos y tablas realizadas a partir de la información disponible en las bases de datos del IOP - PUCP. A continuación, se presenta una tabla con las dimensiones a analizar, los personajes sobre los que se analizará y la pregunta del cuestionario que se usó en cada caso:

⁶ Diciembre de 2007, Junio de 2008, Diciembre de 2008, Junio de 2009, Diciembre de 2009, Junio de 2010 y Setiembre de 2010

Tabla 1: Preguntas de Aprobación del desempeño público utilizadas por candidato

DIMENSIÓN	FIGURA PÚBLICA	PREGUNTA UTILIZADA
Aprobación de desempeño público ⁷	Luis Castañeda	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba la gestión de: el alcalde de lima, Luis Castañeda Lossio? ⁸
	Keiko Fujimori	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?
	Ollanta Humala	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?
	Alejandro Toledo	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?

Elaboración propia

Para adecuar la pregunta del cuestionario al concepto estudiado, se realizaron tablas de frecuencias para cada una de las encuestas y cada personaje; de esta forma se obtuvo el porcentaje válido de aprobación (los que aprueban el desempeño de la figura pública) y se realizó una nueva base de datos con esta información (porcentaje válido de aprobación de cada candidato en cada encuesta) para poder realizar el análisis longitudinal.

Tabla 2: Pregunta de Intención de voto utilizada

DIMENSIÓN	CANDIDATO	PREGUNTA UTILIZADA
Intención de voto ⁹	Luis Castañeda	Si las elecciones presidenciales fueran mañana ¿por quién votaría usted?
	Keiko Fujimori	
	Ollanta Humala	
	Alejandro Toledo	

Elaboración propia

En este caso se revisó la frecuencia de la respuesta “¿Por quién votaría usted?” y se incorporó a la base de datos que se venía realizando con el porcentaje de aprobación, reconociendo que son dos dimensiones distintas pero que, como se verá en los gráficos del análisis, sirven para tener una idea de cómo se mantienen o cruzan las preferencias en aprobación al desempeño público e intención del voto.

Complementariamente, se utilizan variables para segmentar la muestra de cada una de las encuestas revisadas (Dic 07, Jun 08, Dic 08, Jun 09, Dic 09, Jun 10 y Set 10) y ver si existe o no diferencia entre grupos. Para ello se consideraron los grupos que se muestran en la siguiente tabla;

⁷ Esta dimensión se revisó en las encuestas nacionales urbanas de: Dic 07, Jun 08, Dic, 08, Jun 09 y Dic 09 del IOP-PUCP

⁸ Cabe decir que la pregunta para el caso de Castañeda era distinta pues se trataba de una autoridad electa (Alcalde de Lima); sin embargo, se utiliza como proxy de la pregunta desempeño público para efectos comparativos reconociendo los posibles sesgos que puede generar.

⁹ Esta dimensión se revisó en las encuestas nacionales urbanas de: Jun 10 y Set 10 del IOP-PUCP

Tabla 3: *Grupos y sub-grupos de la muestra*

CRITERIO	PREGUNTA	SUB-GRUPOS
SEXO	Sexo del entrevistado	Femenino
		Masculino
EDAD	Grupo de edad del entrevistado	18 a 29 años
		30 a 44 años
		45 años a más
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Niveles socioeconómicos	Nivel socioeconómico A/B
		Nivel socioeconómico C
		Nivel socioeconómico D/E

Elaboración propia

Al igual que en los casos anteriores, para la realización de este análisis se realizaron tablas de frecuencias por cada encuesta, personaje público y segmento de la muestra; de esta forma se obtuvo el porcentaje válido de aprobación e intención de voto para cada candidato en cada segmento. Se realizó una nueva base de datos, para cada grupo, con esta información para poder realizar el análisis correspondiente.

Cabe decir que el análisis de datos se hará aplicando las teorías revisadas en el marco teórico y que esto será complementado con la revisión de noticias relevantes en el contexto en el que se desarrolla cada medición¹⁰.

Análisis

Como vimos en apartados anteriores, utilizaremos diferentes herramientas. Por el lado de la psicología política, partimos del supuesto de que los votantes experimentan reacciones afectivas de manera regular y emplean esos sentimientos como base para evaluar a los candidatos políticos (Isbell & Otatti, 2002: 56). Dicho esto, se analizarán cuatro dimensiones teóricas que permitirán entender mejor cómo el componente emocional, en conjunto con otros aspectos, podrían influir en el proceso racional que las personas realizan ante los estímulos externos del candidato. El siguiente cuadro ejemplifica la interacción entre los diferentes aspectos a considerar:

¹⁰ Se revisaron los archivos digitales de: El Comercio, La República, Perú 21 y Diario 16. Para más información sobre las noticias revisar Anexo N° 3

Gráfico 2. *Efecto cognitivamente mediado de un contexto que activa respuestas emocionales*



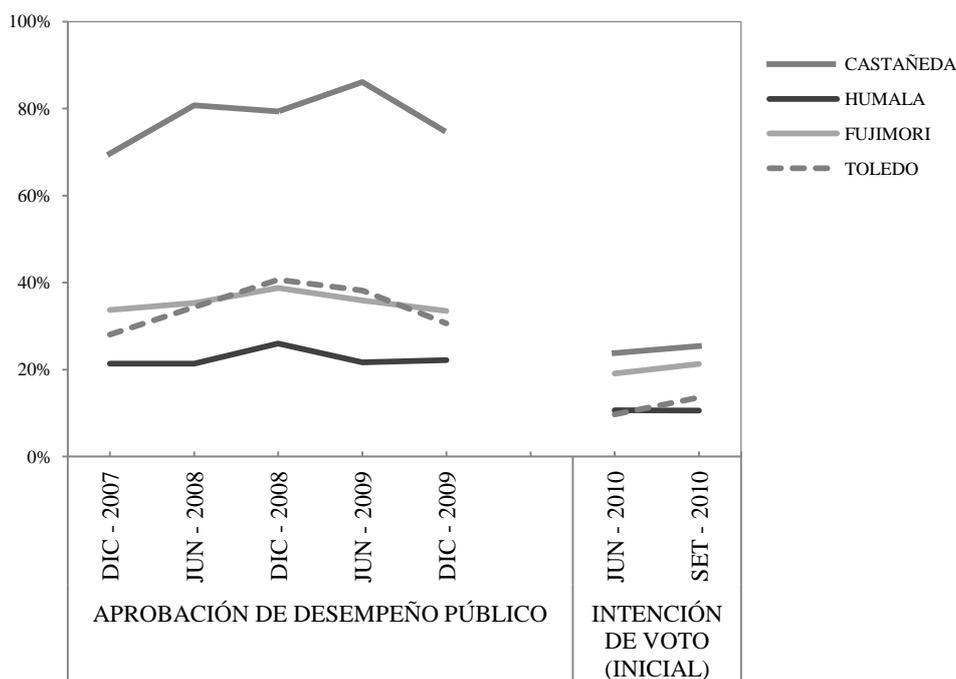
Fuente: Adaptado de *The Social Psychology of Politics* p. 63.

Como se puede ver en el Gráfico 2 tenemos, por un lado, el contexto y la información a disposición del elector, que analizaremos a partir de revisión de prensa escrita del momento; la dimensión evaluativa se revisará a partir de los resultados de las encuestas y, finalmente, el afecto quedará como elemento subjetivo con el que estableceremos hipótesis tentativas según las relaciones encontradas en los otros aspectos.

Resumen general del modelo

Para comenzar es necesario mostrar un resumen general del modelo. Como se puede apreciar en el gráfico inferior, se ha realizado una diferenciación entre aprobación de desempeño público e intención de voto (en este caso inicial pues aún se encontraba temporalmente distante a la elección):

Gráfico 3. Comparación de Aprobación de desempeño público e intención del voto por candidato, en el tiempo.



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Cabe destacar que al ser dos mediciones distintas muestran resultados que se deben interpretar de manera diferente. Por un lado, la aprobación del desempeño público puede llegar a ser de 100% para cada uno de los candidatos, mientras que la intención de voto es una división del 100% (total de votación) entre todos los candidatos en contienda. Por dicho motivo, se resalta que no existe una caída real entre aprobación e intención del voto; más bien, lo que buscan los gráficos es mostrar el orden de preferencias entre ambas fases de comportamiento electoral para ver si se mantienen o se cruzan en el tiempo.

En el caso del periodo analizado, que llega hasta setiembre de 2010, puede apreciarse que la única tendencia clara es la respectiva al candidato Castañeda que mantiene el primer lugar en ambas fases. Los demás se cruzan en algún momento, lo cual confirma los hallazgos de la sicología política, que menciona se puede tener una buena opinión acerca de un candidato pero no necesariamente por ello va a votar por él y que las opiniones finalmente son variables y dependen de aspectos diversos como el estado de ánimo o el entorno.

Análisis por candidato en el tiempo

Aprobación del desempeño público

Para poder profundizar el análisis anterior, en esta sección se analizará la popularidad individual de cada uno de los cuatro personajes públicos en las cinco oportunidades donde se realizó la encuesta de aprobación del desempeño público. Posteriormente, se hará el respectivo análisis con la intención del voto.

A continuación, se podrá apreciar una tabla con estadísticos descriptivos de la aprobación del desempeño público de cada personaje y un gráfico que detalla los picos y caídas en la aprobación de cada candidato de manera individual en el tiempo.

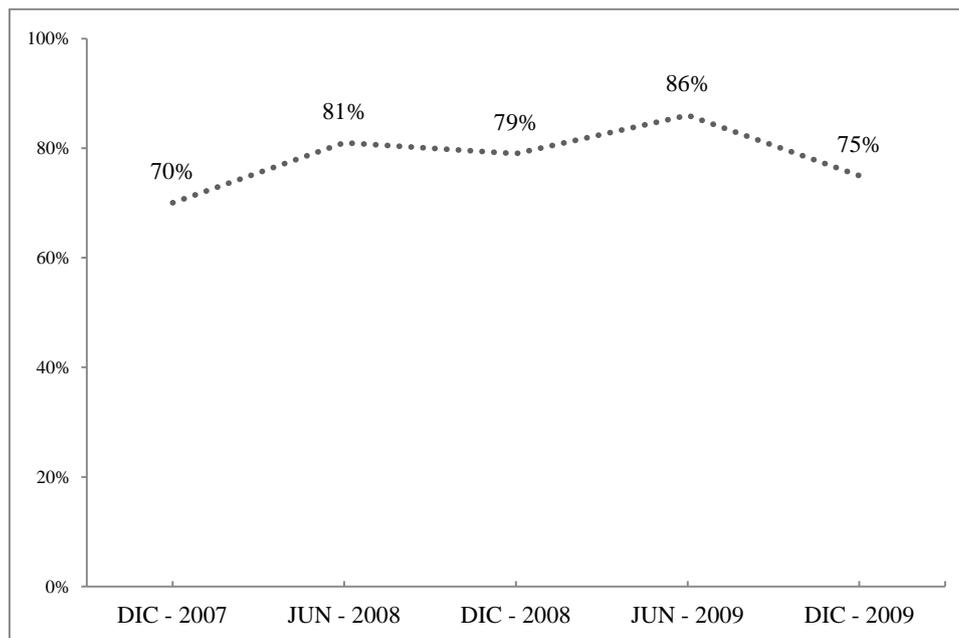
Aprobación del desempeño público de Luis Castañeda Lossio en el tiempo:

Tabla 4: *Estadísticos descriptivos – Aprobación de la gestión pública de Luis Castañeda en el tiempo*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Castañeda	5	70	86	78.2	6.05805

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Como se puede ver en la tabla el candidato tiene una aprobación bastante alta que va del 70% al 86% y teniendo un valor promedio de 78.2% considerando 5 encuestas que van desde diciembre de 2007 hasta diciembre de 2009. La desviación típica nos indica que ha habido variaciones dentro de los años, compararemos este resultado con el de los otros personajes.

Gráfico 4. *Aprobación de la gestión pública de Luis Castañeda en el tiempo*

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

El caso de Castañeda es especial, pues la pregunta que se hace a los encuestados es sobre si se aprueba o desaprueba su gestión; sin embargo se utilizara esta medida como proxy para poder comparar sus resultados con el de los otros actores, teniendo en cuenta esta distinción conceptual. En cuanto a los resultados, se observa que entre diciembre de 2007 a diciembre de 2009 puede apreciarse que mantuvo una enorme popularidad en el público en general. Con respecto a los otros candidatos, Castañeda tiene una considerable ventaja; sin embargo, es destacable la importante subida que experimenta en junio de 2009 (La Republica: 2009), aun estando en medio de severos cuestionamientos (La Republica: 2008) a su gestión como alcalde de Lima debido a escándalos relacionados con malos manejos dentro del proyecto del Metropolitano. Incluso, hasta finales de ese año, logra mantener una envidiable popularidad debido quizás a su imagen de gestor eficaz. Es decir, luego de una intensa cobertura mediática que comenzó a finales de 2008 y se acentuó hacia la segunda mitad de 2009, Castañeda mantuvo una alta tasa de aprobación entre el público en general.

El desafío entonces está en entender este fenómeno. Una de las posibles respuestas a esta situación la ofrece la psicológica política. Podría decirse que los electores han mantenido un “estado de ánimo” constante. Es decir, que en sí misma, la aparición de noticias que cuestionan algún aspecto

del candidato no merma la impresión que los entrevistados tienen hacia este. Cabe recordar además, que las personas tienen estructuras evaluativas diferenciadas (Isbell & Otatti, 2002: 58) permitiendo que los votantes reconozcan virtudes o defectos de un candidato cualquiera pero eso no necesariamente se traduzca en una emoción negativa o positiva hacia ellos. Es decir que si bien la mayoría de los entrevistados muy probablemente tuvo conocimiento acerca de las críticas hacia Castañeda, debido a su estado de ánimo o a su propia estructura evaluativa, consideran que este candidato es digno de su simpatía. Las denuncias contra Castañeda son bastante serias y sin embargo su popularidad no se ve mermada.

Pero, entonces: ¿cómo puede ser entendida esa alta popularidad en medio de tantos cuestionamientos frecuentes a su gestión edil? Una de las posibles explicaciones para la alta popularidad de Castañeda parece ofrecerla la teoría misma de las relaciones públicas. Según Canfield, las personas en general no tienen una afiliación política o partidaria definida, lo cual es consistente con los hallazgos al respecto acerca del electorado peruano. Aquellos con una opinión minoritaria, refiere el autor, pueden cambiar su visión de las cosas si sienten que la mayoría no piensa de la misma forma que ellos; es decir que pueden cambiar su parecer si el grupo en general piensa de otra manera, en este caso apoyando la gestión de Castañeda (Canfield, 1972: 36).

Aprobación del desempeño público de Keiko Fujimori en el tiempo:

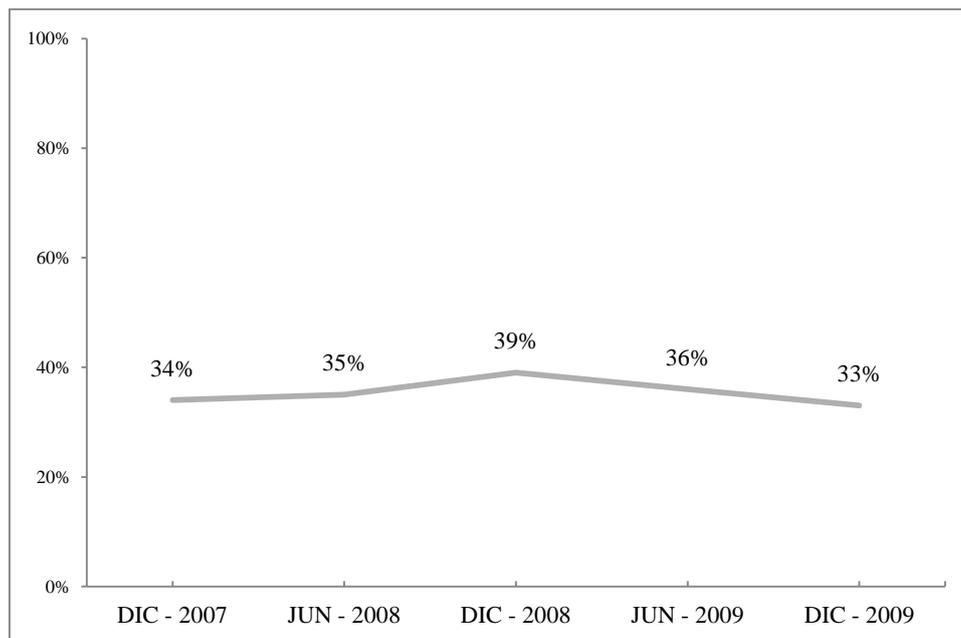
Tabla 5: *Estadísticos descriptivos – Aprobación del desempeño público de Keiko Fujimori en el tiempo*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Fujimori	5	33	39	35.4	2.30217

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

A partir de los estadísticos revisados, puede decirse que la aprobación de Fujimori es regular (ni alta ni baja) ya que va del 33% al 39% teniendo un valor promedio de 35.4% considerando las 5 encuestas de nuestro estudio. La desviación típica nos indica que no se han producido variaciones importantes como se puede deducir al comparar con la desviación obtenida por Castañeda que era comparativamente alta.

Gráfico 5. Popularidad de Fujimori en el tiempo



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Respecto a Keiko Fujimori, ha habido serios cuestionamientos y noticias que afectan su imagen ante el público. Los casos de corrupción cometidos por el padre de la candidata (La Republica: 2009) y el haber reconocido la existencia del grupo Colina (La Republica: 2009) no parecen haber incidido en el crecimiento de su popularidad o aceptación en el público en general. En el año 2009, estas noticias negativas continuaron y fueron en ascenso hasta llegar a un momento clave con la continuación de la cobertura hacia los procesos judiciales de su padre. Entre ellas figura, la condena de Fujimori a 25 años de prisión por delitos de lesa-humanidad (La Republica: 2009), el hecho que el ex presidente Fujimori se haya contradicho en su juicio oral (La Republica: 2009) y que lo hallasen culpable por delitos de corrupción. (La Republica: 2008).

La caída en la aprobación de Keiko Fujimori se hace más notable hacia fines de 2009, pero ha mantenido una popularidad consistente en las encuestas llevadas a cabo. Quizá esto pueda explicarse en base al “efecto cognitivamente mediado de un contexto que activa respuestas emocionales” (Isbell & Otatti, 2002: 56). Es decir, que si bien reconocen alguna característica positiva en Keiko, probablemente el mayor impacto en la psicología del público tanto desde los que la evaluaron de manera favorable como desfavorable tenga que ver con el hecho que sea la hija del ex presidente

Alberto Fujimori y con la relación que hacen entre ellos. Mientras que para algunos su padre salvó de la ruina y el terrorismo al país (eslogan y discurso que el fujimorismo ha usado consistentemente en toda la campaña) para otros efectivamente debía ser juzgado por los delitos de los que era acusado.

Aprobación del desempeño público de Ollanta Humala en el tiempo:

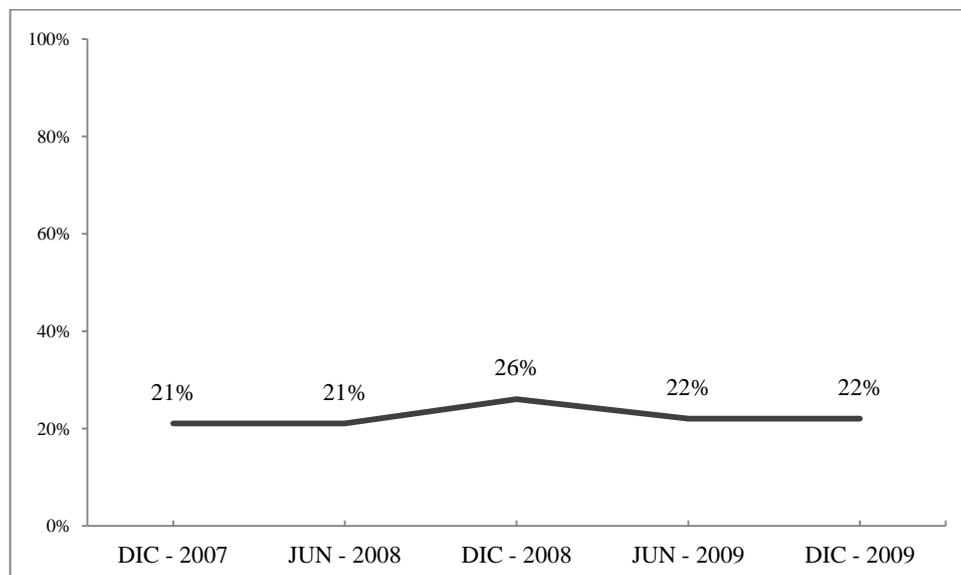
Tabla 6: *Estadísticos descriptivos – Aprobación del desempeño público de Ollanta Humala en el tiempo*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Humala	5	21	26	22.4	2.07364

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Los resultados de la tabla nos muestran una baja aprobación al desempeño público de Ollanta Humala que van del 21% al 26% con una desviación típica baja pues no ha habido mucha variación en el tiempo analizado.

Gráfico 6. *Popularidad de Humala en el tiempo*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Para el caso de Humala podemos usar el enfoque del efecto cognitivamente mediado de un contexto que activa respuestas emocionales; en tanto que el recuerdo que puede traer a la memoria del votante la insurrección de su hermano o la actitud extremista de algunos miembros de su familia despierta automáticamente una sensación de rechazo sin que medien otros procesos más complejos de

discernimiento del propio público. Esto puede haber generado también una predisposición negativa en los encuestados hacia Humala, un determinado estado de humor o ánimo negativo pues los episodios importante de alto impacto mediático producen fuertes respuestas emocionales.

En ese sentido, la cobertura hacia las declaraciones y procesos judiciales de su hermano, su supuesta vinculación en la matanza de Madre Mía y la hipótesis de sus vínculos con los sectores más radicales de la izquierda peruana pudieron haber producido en los encuestados una fuerte respuesta emocional, como clara oposición, rechazo o recelo. Como se menciona también desde la psicología política (Isbell & Otatti, 2002, 67), el dar cobertura negativa a un candidato puede haber servido, al menos para el periodo 2007 a 2009 y logrado el objetivo deseado. Las noticias acerca de Humala tendieron a resaltar los aspectos más negativos de su imagen pública, tratando de generar en el público una fuerte respuesta emocional, este pudo haber enfocado su atención solo en aquellos detalles, organizando dicha información de manera sistemática para finalmente formarse una opinión negativa del candidato Humala, al menos en esta etapa inicial.

Aprobación del desempeño público de Alejandro Toledo en el tiempo:

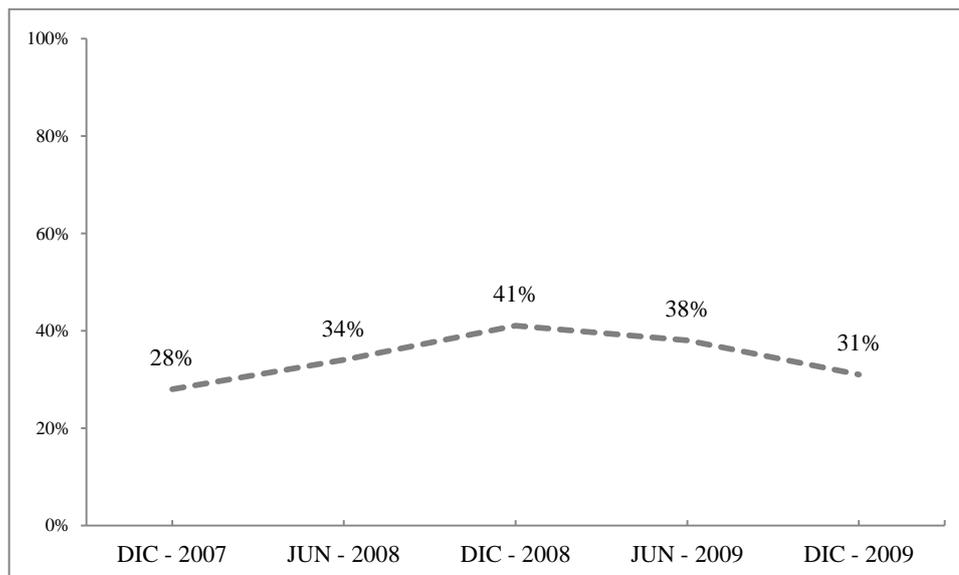
Tabla 7: *Estadísticos descriptivos – Aprobación del desempeño público de Alejandro Toledo en el tiempo*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
Toledo	5	28	41	34.4	5.22494

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Los resultados de la tabla muestran una aprobación variable sobre el desempeño público de Toledo. Las diferencias entre el mínimo y el máximo son bastante altas por lo que pueden surgir explicaciones interesantes que respondan a las causas de esta variabilidad (de 28% a 41%). Pese a ello, desviación típica no es exorbitante por lo que se entiende que aunque las variaciones han sido importantes, en conjunto, no lo han sido de forma exagerada.

Gráfico 7. Popularidad de Toledo en el tiempo

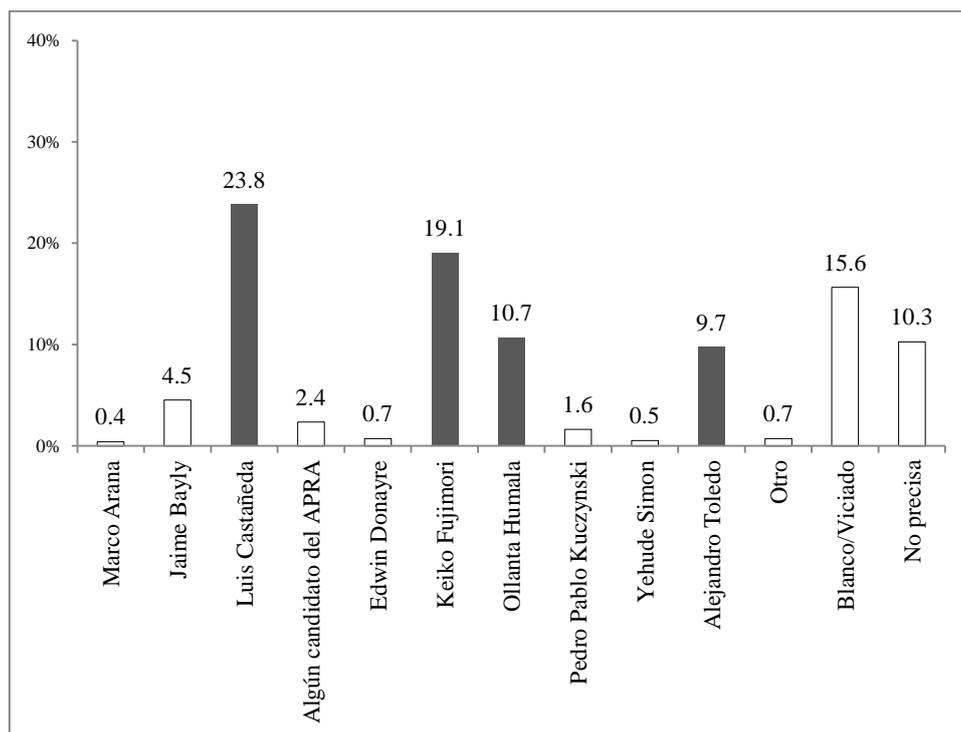


Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

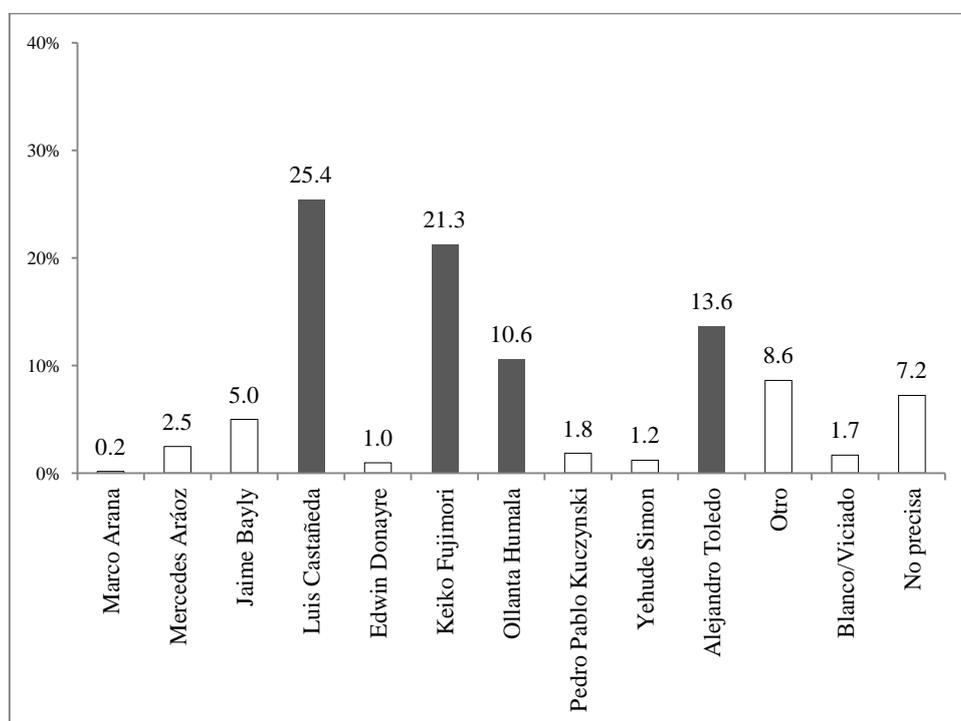
Con respecto a Toledo podemos encontrar una situación paradójica; en 2008 tiene varias noticias que pudieron haber afectado su popularidad muy seriamente pero hacia finales de ese año el candidato goza de una popularidad importante. En enero de 2008, se dio especial cobertura a su relación conflictiva con su hija Zarái, la cual interpuso una nueva denuncia contra él (La Republica: 2008). Posteriormente en setiembre de ese mismo año el congreso acusó a Toledo por irregularidades en su gestión pero ninguno de estos hechos parece haberle impedido lograr un 41% de popularidad entre los encuestados hacia diciembre de 2008. Por el contrario, hacia 2009 las declaraciones de Toledo en los medios de comunicación resaltan su preocupación por la firma de un TLC con Chile que según él no nos va a beneficiar. En base a ello, en el público podría haberse generado también un efecto cognitivamente mediado en un contexto que activa respuestas emocionales negativas hacia posibles liberaciones, debido al temor de retornar a la época de la violencia.

Intención del voto

Como ya se dijo, la intención del voto es un concepto distinto al de aprobación del desempeño público. En esta sección analizaremos los resultados que corresponden a la intención del voto de junio y setiembre de 2010 respectivamente.

Gráfico 8. *Intención de Voto Junio 2010*

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 9. *Intención de Voto Setiembre 2010*

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Al hacer una comparación entre los resultados de las encuestas de aprobación y aquellas de la intención de voto puede apreciarse una diferencia sustancial entre los resultados. En primer lugar, debe recordarse que a la hora de formular esta pregunta respecto a la intención del voto a los encuestados, estos solo podía elegir una sola opción. Recordando lo que menciona la psicología política al respecto, un individuo puede atribuir características positivas o negativas a un candidato y no por ello tiene que votar por este o está necesariamente en base al juicio anterior. Esto permite comprender mejor por qué los resultados son significativamente distintos. Además, la manera en la cual se formula una pregunta tiene incidencia directa en como los entrevistados comunicaran su percepción de la situación como bien escribe Bourdieu.

Sobre esto, sería interesante profundizar respecto a aspectos metodológicos y teóricos con los que se logre llegar a realizar mediciones que permitan comparaciones en el tiempo más sólidas – manteniendo las preguntas-; pero esto sería parte de un trabajo más amplio y ambicioso que el que aquí se presenta.

Ahora bien, si se interpretan conjuntamente con las noticias acerca de los candidatos en el año 2010, se ve una vez más que la intención de voto no está ligada necesariamente con el desempeño o las críticas y cuestionamientos que los medios de comunicación transmitan acerca de los candidatos. Los cuestionamientos a la gestión de Castañeda siguieron ocupando la primera plana de muchos periódicos a lo largo del 2010. Estos cuestionamientos a Castañeda se acentuaron debido a que el 2010 coincidentemente fue también un año de elecciones municipales. Por ejemplo, Lourdes Flores, candidata a la alcaldía, fue una de las críticas más duras contra la gestión de Castañeda, alegando que la seguridad no había sido una prioridad para su gestión (Perú 21: 2010). Por su parte, el congresista Ibérico criticó duramente a Castañeda, insistiendo en que éste debía presentar cuentas claras del municipio (La Republica: 2010) y de otro lado, el congresista Zumaeta criticaba a Castañeda también por el caso Comunicore (Perú 21: 2010). Sin embargo, a nivel nacional, Castañeda seguía manteniendo una envidiable porción de la intención de votos como muestran los gráficos.

Con respecto a Keiko Fujimori, ella obtuvo el segundo mejor resultado en ambas encuestas. Aun así, la cobertura de Fujimori en las noticias fue bastante nociva para su imagen pública. Por ejemplo, a fines de mayo, salió la noticia de que Fujimori habría financiado su campaña por medio de un terreno que fue adquirido de manera irregular (La República: 2010). Posteriormente, en julio de ese mismo año, apareció en los medios de comunicación que los estudios de la señora Fujimori y sus hermanos habían costado más de un millón de dólares (La República: 2010). Al mes siguiente, se supo que la entonces congresista Fujimori cobró un millón de soles por haber presentado 17 proyectos de ley (La República: 2010). Paradójicamente, la intención de voto respecto a Fujimori creció en dos puntos porcentuales. Los resultados de Fujimori y Castañeda corroboran el hallazgo de la psicología política: la aprobación de la gestión o el desempeño público no es igual a intención de voto. Además, aun cuando el público sea consciente de los cuestionamientos hacia estos dos individuos, quizá considere que los mencionados personajes poseen cualidades que pesan más que sus defectos. Esto implica que hay más elementos que deben ser estudiados y preguntados a los encuestados para entender por qué parecería que están realizando un ejercicio valorativo distinto, como menciona la psicología política entre candidato y aprobación.

Para el caso de Humala, la cobertura negativa que recibió ese año de campaña electoral no parece haber mermado la intención de voto dentro del público del estudio. En el 2010, Humala pareció adoptar un discurso más moderado. En marzo de dicho año, declaró que no iba a copiar el modelo ni de Chávez ni de Morales (La Republica: 2010). En abril, acusó al gobierno de García de corrupción (La Republica: 2010) y en agosto de querer manipular los comicios de 2011 (La Republica: 2010). Asimismo, a comienzos de setiembre, declaró que la presencia de tropas estadounidenses en suelo peruano era inaceptable (La Republica: 2010). No obstante, a finales de ese mes su hermano, Antauro Humala, mencionó en una entrevista que otra rebelión era factible (Perú 21: 2010). Interpretando los resultados de la intención de voto a la luz de estas declaraciones, podemos argumentar que el discurso moderado de Humala le permitió mantener una cifra estable en cuanto a intención de voto se refiere como lo muestran los gráficos correspondientes a junio y setiembre. Volviendo con el concepto de efecto cognitivamente mediado de un contexto que activa respuestas emocionales, la moderación de

Humala generó un efecto positivo en el público lo cual pudo haberle permitido mantener su posición aún en medio de una campaña mediática tan desfavorable (Olórtegui, 2011: 71).

Por último, Toledo tuvo una fuerte baja en la intención de voto en setiembre de 2010 con respecto a la encuesta de junio del mismo año. Toledo perdió casi cuatro puntos de intención de voto entre los encuestados. No parece haber tenido mayor notoriedad en 2010 y su slogan fue únicamente impedir que regrese el fujimorismo (Perú 21: 2010). Probablemente, la pronunciada caída de junio de 2010 a diciembre de 2009 se deba a que el 20 de junio y a finales de setiembre de ese mismo año se acusó a Toledo de facilitar la liberación de varios ex integrantes del grupo terrorista Sendero Luminoso (Perú 21: 2010). En base a ello, en el público podría haberse generado también un efecto cognitivamente mediado en un contexto que activa respuestas emocionales negativas hacia Toledo por las posibles liberaciones, debido al temor de retornar a la época de la violencia.

Habiendo analizado los datos a partir de la evidencia recogida en noticias de la época, es importante reconocer las limitaciones teóricas del análisis en este punto. Regresando a Bourdieu, sabemos que dicho autor sería crítico con la mayor parte de la argumentación hasta ahora ensayada; pero es necesario tomarlo en cuenta para comprender más profundamente las preguntas en sí. Como ya se dijo en secciones anteriores, el autor postula que la opinión pública está moldeada por una serie de condicionamientos que operan desde el momento mismo que se formula la pregunta al encuestado. En ese sentido, podríamos cuestionar incluso qué se entiende por aprobación e intención de voto. No obstante, hay elementos de Bourdieu que nos pueden permitir comprender mejor los resultados. En primer lugar, el sociólogo menciona que el contexto en el cual se formula la encuesta influye en las respuestas del público. En ese caso, la diferencia en las respuestas se puede deber a que la pregunta acerca de la aprobación al personaje público no está supeditada a la presión de la decisión, mientras que la de intención del voto se identifica con el futuro mismo del votante cualquiera sea el resultado.

Las encuestas de opinión son un instrumento mismo de acción política por lo que las tendencias pueden haber afectado las respuestas de los encuestados en la etapa no electoral (hasta la primera parte del año 2009), los resultados mostrados no revelaban cambios sustantivos en la

aceptación pública de los candidatos. Es decir, que si los comunicadores políticos del candidato líder hubiesen empleado los resultados de una o más encuestadoras a su beneficio, la victoria de Castañeda habría estado asegurada. No obstante, sabemos que ello no sucedió.

Por otro lado, una encuesta a simple vista, como menciona Bourdieu, deja de lado las diferencias de los votantes a nivel individual. Por el tipo de análisis realizado no podríamos revisar caso a caso las particularidades; sin embargo, se segmentó la muestra encuestada según sexo, edad y nivel socioeconómico para ver si la pertenencia a un determinado grupo influye o no en la aprobación al desempeño o la intención de voto.

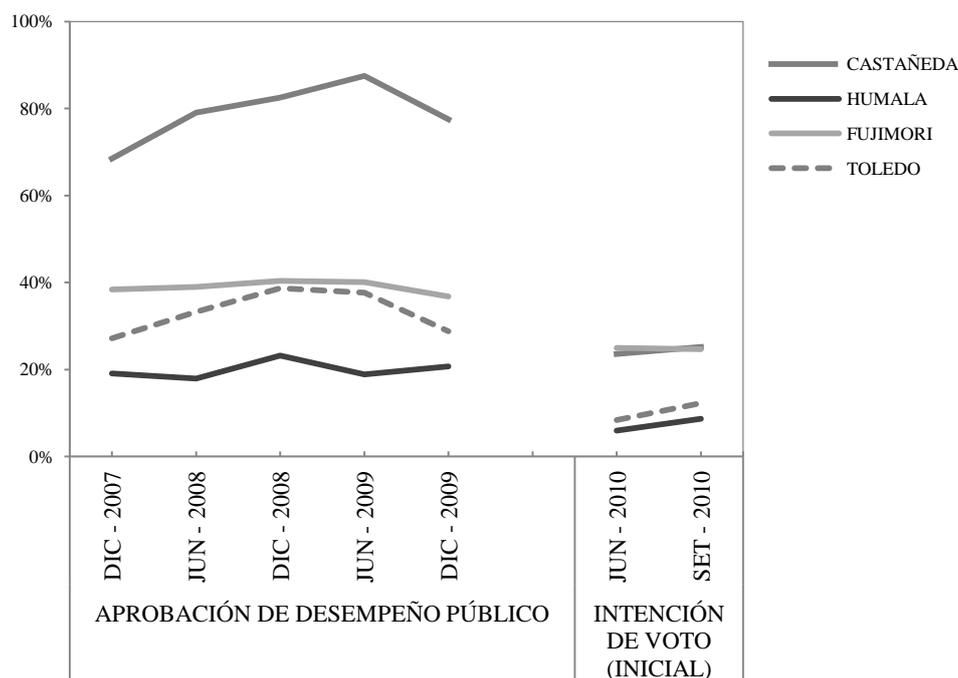
Análisis por segmento de la muestra

Encuestados por Sexo

Tabla 8: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo al sexo: Femenino*

FEMENINO	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
	CASTAÑEDA	68,5	79,1	82,5	87,5	77,5	23,6
HUMALA	19,1	17,9	23,2	18,9	20,7	6,0	8,7
FUJIMORI	38,4	39,00	40,4	40,1	36,8	25,0	24,7
TOLEDO	27,2	33,3	38,7	37,7	28,8	8,4	12,3

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 10. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo al sexo: Femenino*

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Haciendo la comparación correspondiente, a partir del Gráfico 10, puede observarse que la aprobación de Castañeda en las mujeres mantiene una tendencia estable a lo largo del tiempo. No obstante, al analizar la intención de voto, podemos ver que coincide muchísimo con aquella que las mujeres tienen hacia Keiko Fujimori. Probablemente, las encuestadas se sintieron más cercanas a Fujimori por ser la única candidata de sexo femenino dentro del grupo que está siendo analizado. Este hecho podría explicarse en base a un efecto cognitivamente mediado de un contexto que activa respuestas emocionales: la sola imagen de mujer de Fujimori podría ser motivo suficiente para que este universo de encuestadas sienta una predisposición positiva hacia ella. Quizá las encuestadas también se decidieron a votar por una mujer, a la luz de la intención de voto por esta misma razón, haciendo alusión a Canfield. Las noticias negativas no parecen haber mermado la popularidad de Fujimori ni de Castañeda. La opinión hacia Humala varía al ser contrastada con la imagen del modelo original; aparentemente Humala no es menos popular en las mujeres tampoco; ni la intención de voto hacia Humala varía notablemente. Respecto a Toledo, no parece haber tampoco ningún cambio sustancial en la popularidad ni en la intención de voto. En general, podría decirse que los encuestados

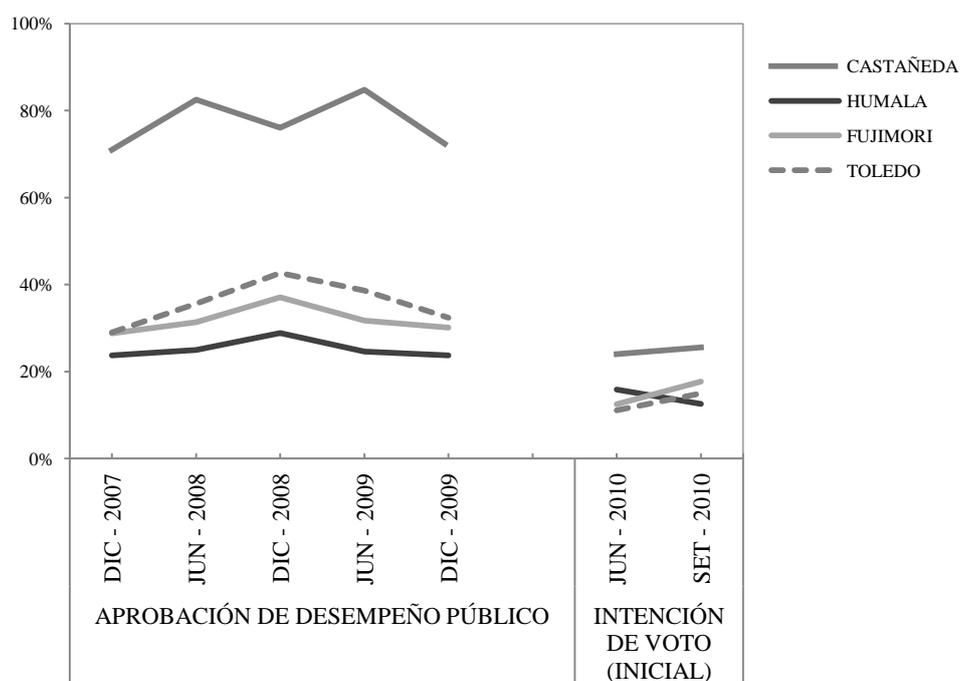
parecen ser conscientes de la manipulación de los medios de comunicación y tal vez por ello no ha habido variaciones drásticas.

Tabla 9: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo al sexo: Masculino*

MASCULINO	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
	CASTAÑEDA	71,00	82,50	76,1	84,8	71,8	24,0
HUMALA	23,7	25,00	28,9	24,6	23,7	15,9	12,6
FUJIMORI	28,8	31,4	37,1	31,7	30,1	12,5	17,7
TOLEDO	29,00	35,6	42,7	38,6	32,4	11,1	15,0

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 11. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo al sexo: Masculino*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Al examinar los resultados de los encuestados de sexo masculino, se puede ver que éstos no poseen una actitud muy distinta a aquella de las mujeres respecto a su aprobación hacia Castañeda. No obstante, la aprobación de Toledo es superior a aquella de Fujimori y Humala durante el periodo 2008 a 2009. Fujimori tiene una aprobación ligeramente inferior y, por su parte, la opinión de estos hacia Humala tampoco varía mucho. En cuanto a las noticias negativas sobre Castañeda solo parecerían

afectar en junio de 2010. Empero, al analizar la intención de voto de los hombres, Humala ocupa el segundo lugar en las preferencias masculinas en junio de 2010 pero cae al cuarto lugar en Setiembre. Existe la posibilidad de que la campaña mediática haya tenido mayor impacto en los hombres que en las mujeres.

Encuestados por Edad

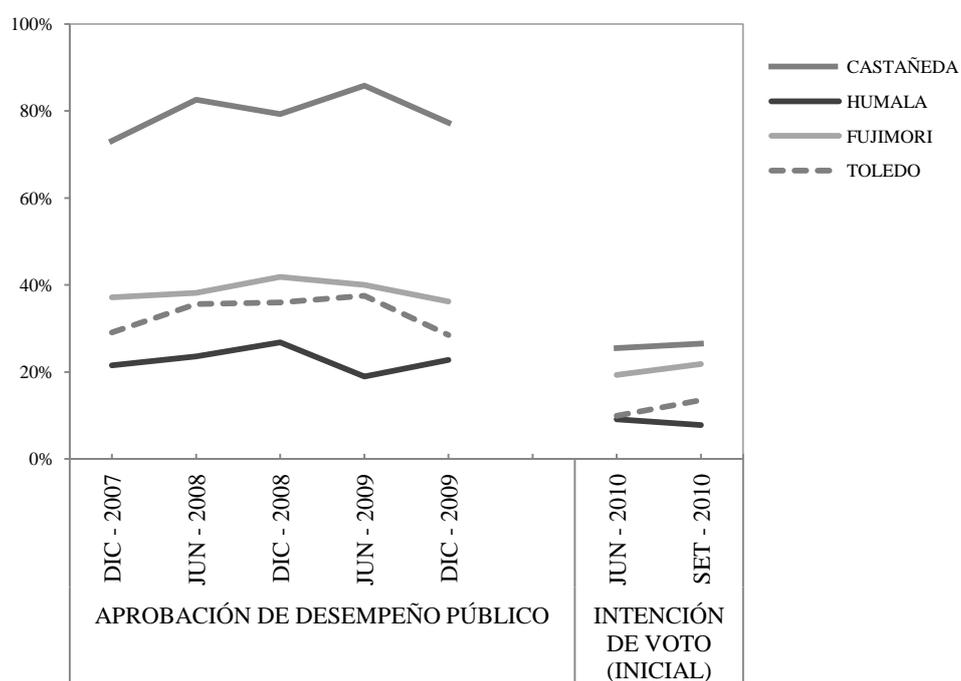
Tabla 10: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a edad: 18 a 29 años*

18 a 29 años

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	73,1	82,6	79,3	85,8	77,3	25,5	26,5
HUMALA	21,5	23,6	26,8	19,0	22,8	9,1	7,8
FUJIMORI	37,2	38,2	41,9	40,0	36,2	19,3	21,8
TOLEDO	29,1	36,5	36,0	37,5	28,5	9,9	13,5

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 12. *Popularidad de los candidatos en aquellos encuestados entre 18 a 29 años*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Evaluando los resultados por edad la aprobación a Castañeda no cambia mucho tampoco. Este segmento más joven sin embargo parece tener una aprobación mayor por Fujimori a lo largo del

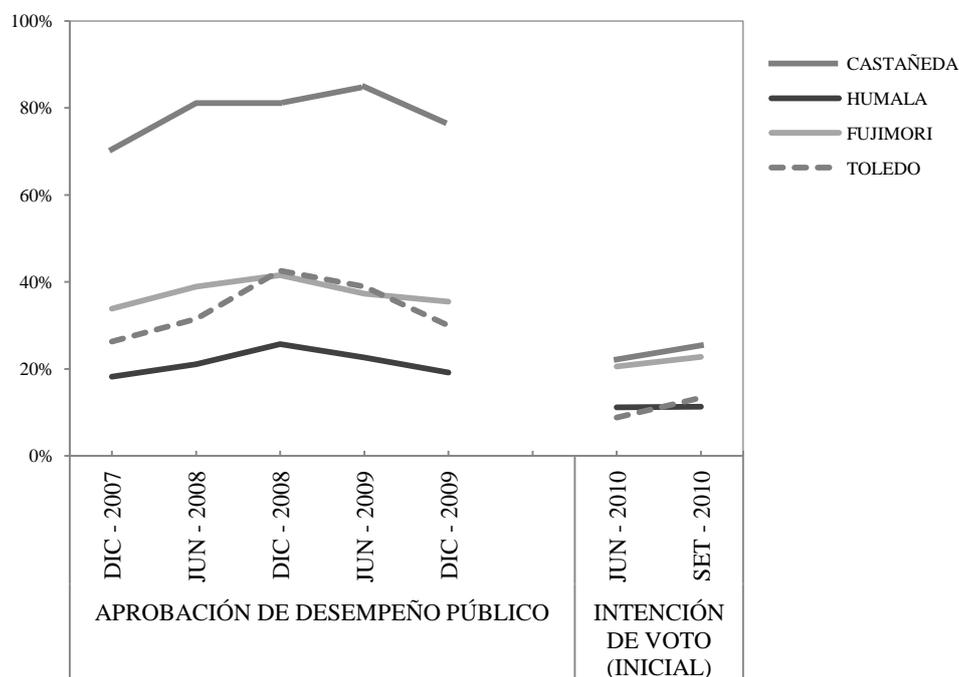
tiempo mayor a la del promedio, es decir, con respecto a aquellos de mayor edad. Por su parte, su aprobación hacia Toledo es menor que la del conjunto y se mantiene igual hasta diciembre de 2009. Sin embargo en la intención de voto, habría una preferencia mayor hacia Toledo con respecto a Humala. Mientras que la intención de voto con respecto a Castañeda y Fujimori es casi idéntica a aquella del promedio del modelo general. Las noticias tampoco parecen haber impactado en este grupo.

Tabla 11: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a edad: 30 a 44 años*

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	70,5	81,1	81,1	84,9	76,3	22,2	25,4
HUMALA	18,2	21,1	25,7	22,6	19,2	11,2	11,3
FUJIMORI	33,9	38,9	41,6	37,3	35,5	20,6	22,8
TOLEDO	26,3	31,5	42,6	38,9	30,0	8,8	13,4

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 13. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a edad: 30 a 44 años*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

El segundo grupo a analizar muestra una ligera variación respecto a Castañeda en lo que a aprobación se refiere. Fujimori se mantiene como la segunda más popular en este grupo salvo por el

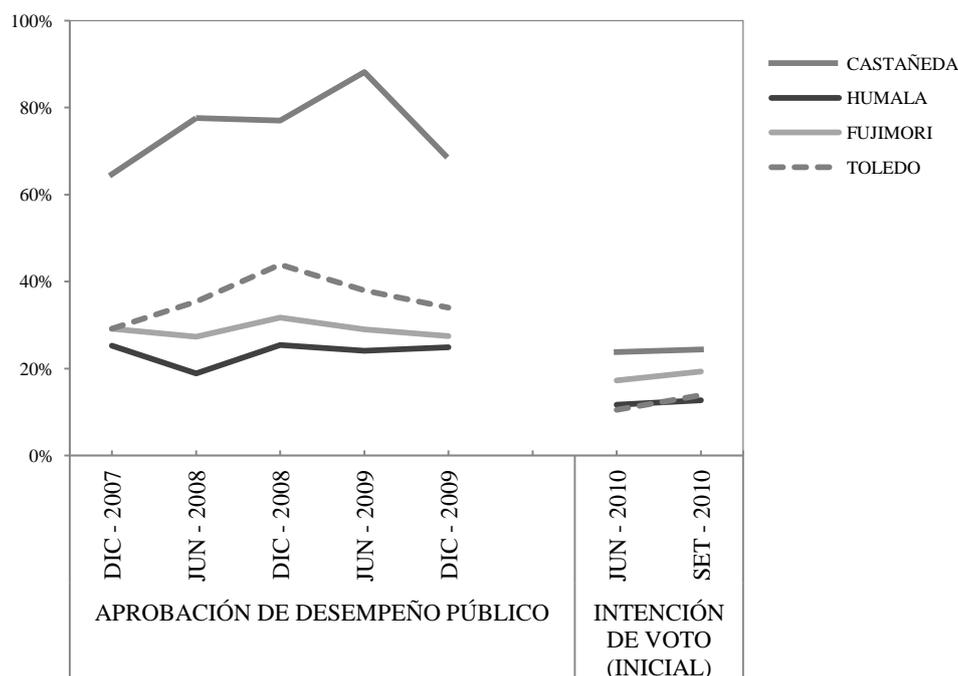
periodo que corresponde a diciembre de 2008 y junio de 2009. Posiblemente, ello se debió a las denuncias de corrupción hacia su padre que figuraron frecuentemente en las noticias. Pero hacia diciembre de 2009, recupera su ventaja frente a Toledo. En Humala no se observa mayor variación en este grupo. Asimismo, la diferencia entre Castañeda y Fujimori en intención de voto es más notable en este segmento en contraste con el promedio.

Tabla 12: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a edad: Mayores de 44 años*

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	64,7	77,6	77,0	88,2	68,3	23,8	24,4
HUMALA	25,3	18,9	25,4	24,1	24,9	11,7	12,7
FUJIMORI	29,2	23,7	31,7	29,0	27,5	17,3	19,3
TOLEDO	29,2	35,4	43,9	38,0	34,0	10,5	13,9

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 14. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a edad: Mayores de 44 años*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

El segmento de mayor edad muestra una aprobación significativamente superior hacia Toledo a aquella que pudieron haber tenido respecto a Fujimori y Humala. Las noticias no parecen haber tenido demasiado impacto; salvo en Castañeda; para este candidato donde aparecieron acusaciones y

críticas hacia parece haber disminuido su aprobación (hacia 2009). Fujimori queda en un tercer lugar mientras que Humala parece subir ligeramente hacia finales de 2009. A pesar de ello, la intención de voto corresponde con aquella del modelo general. Es decir, no hubo mayor variación. Sin embargo, se debe destacar que a mayor edad la aceptación hacia Toledo incrementa. Esto podría deberse a que es un candidato que ya ha sido presidente por lo que, al ser conocido, puede identificarse con población conservadora. La intención de voto hacia el resto de candidatos no varía.

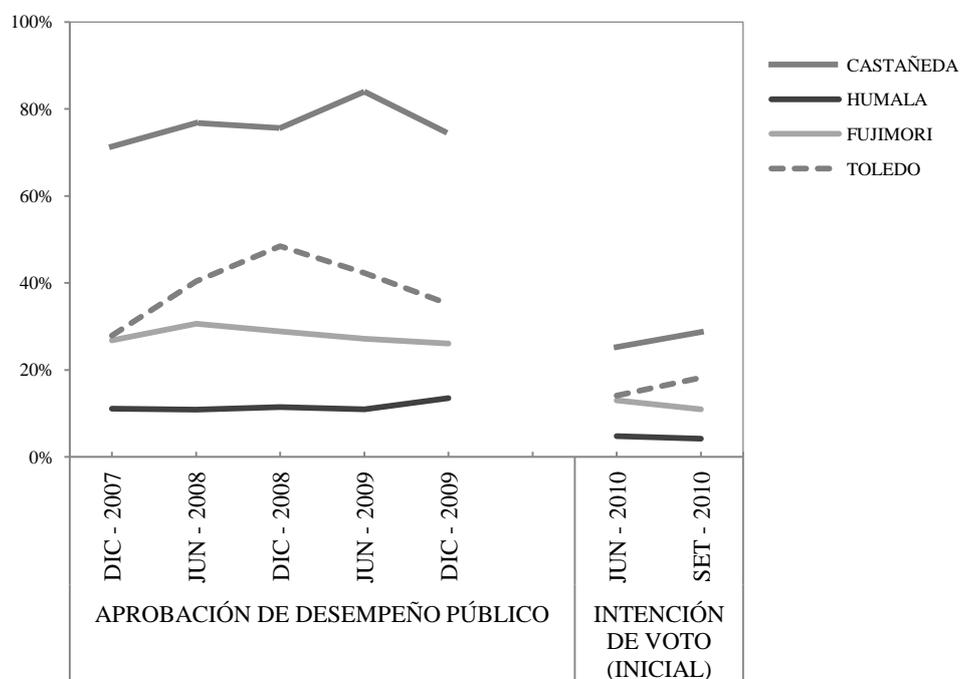
Encuestados por Nivel Socioeconómico

Tabla 13: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector A/B*
A/B

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO				INTENCIÓN DE VOTO		
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	71,4	76,8	75,6	84,0	74,4	25,3	28,7
HUMALA	11,1	10,9	11,5	11,0	13,5	4,8	4,2
FUJIMORI	26,8	30,6	28,9	27,2	26,1	13,0	11,0
TOLEDO	27,9	40,4	48,5	42,3	35,2	14,1	18,2

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 15. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector A/B*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

El nivel socioeconómico mejor posicionado muestra notables diferencias respecto del modelo general. La aprobación de Castañeda no parece experimentar ningún cambio. No obstante, Toledo disfruta de una popularidad mayor a la del promedio en este grupo, quizá debido a su buena gestión económica en los últimos años de su mandato. Fujimori no goza de mayor popularidad entre las personas de mejores ingresos. Mientras que para Humala se observan tasas de aprobación menores que aquellas del promedio. En torno a la intención de voto, Castañeda mantiene ventaja, pero en este sector la preferencia por este candidato es más alta comparada con el promedio. En segundo lugar en lo que a intención de voto respecta, Toledo tiene una ventaja notable frente a Fujimori y Humala. Quizá las constantes acusaciones hacia el padre de la candidata Fujimori mermaron su apoyo en este sector. La intención de voto hacia Humala casi no experimenta variación.

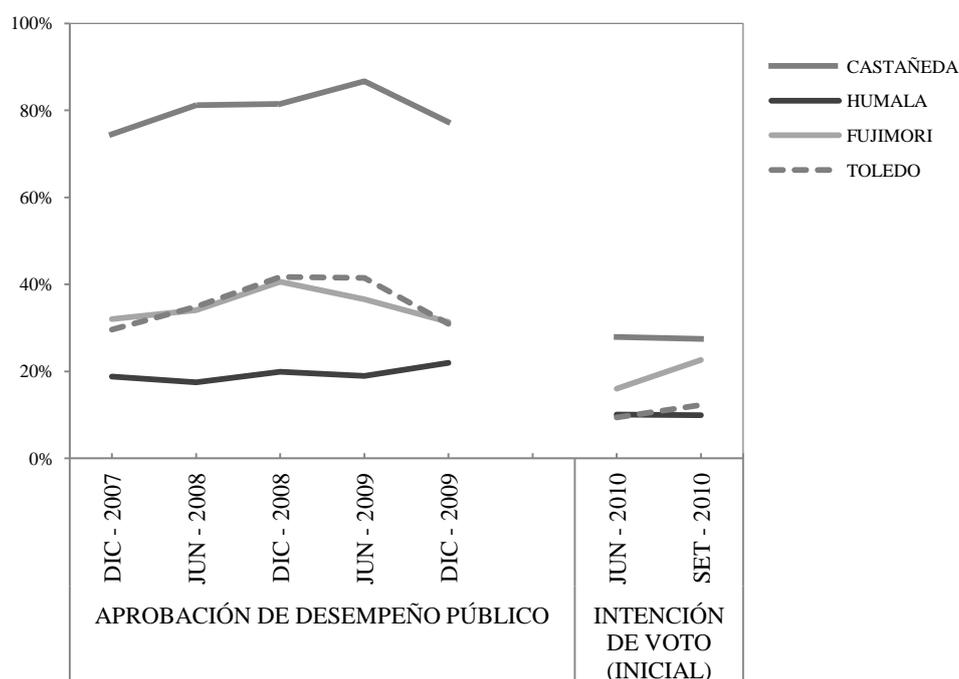
Para analizar las preferencias de los sectores socioeconómicos se emplearan los conceptos desarrollados por los psicólogos sociales Peter Berger y Thomas Luckmann. La socialización del sector A/B es muy distinta de la socialización de los otros sectores. No solo se han desenvuelto en un mundo distinto al de los menos pudientes sino que conciben la realidad de una forma distinta y persiguen intereses muy distintos; en un mundo donde la mayoría no ha experimentado carencias (Berger & Luckmann, 1972, 167). Esta explicación está fuertemente ligada a lo que menciona Canfield respecto a las preferencias de grupos de interés pequeños. En su caso, los ciudadanos de los sectores A/B favorecerán a aquellos candidatos que les ofrezcan mantener el status quo y que garanticen la continuidad de su estilo de vida. Lo dicho coincide con lo mencionado en el marco teórico donde se menciona la existencia de investigaciones que muestran que determinados grupos de interés tenderán a tener una determinada posición si consideran que sus derechos y en este caso también su forma de vida, peligran. Lógicamente, la moderación de Humala no parece haberlos convencido lo suficiente como para votar por éste. Esta explicación a simple vista podría contradecir lo mencionado por Skitka y Mullen, en lo que se refiere a la poca o nula importancia de lo material a la hora de ponderar un voto. No obstante, podría explicar porque incluso dentro de los sectores A/B hay un porcentaje de gente dispuesta a apostar por Humala.

Tabla 14: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector C*

C

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	74,5	81,2	81,5	86,7	77,3	27,9	27,5
HUMALA	18,8	17,5	19,9	19,0	22,0	10,1	9,9
FUJIMORI	32,0	34,1	40,6	36,6	31,4	16,0	22,6
TOLEDO	29,6	34,9	41,7	41,5	30,9	9,4	12,3

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 16. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector C*

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

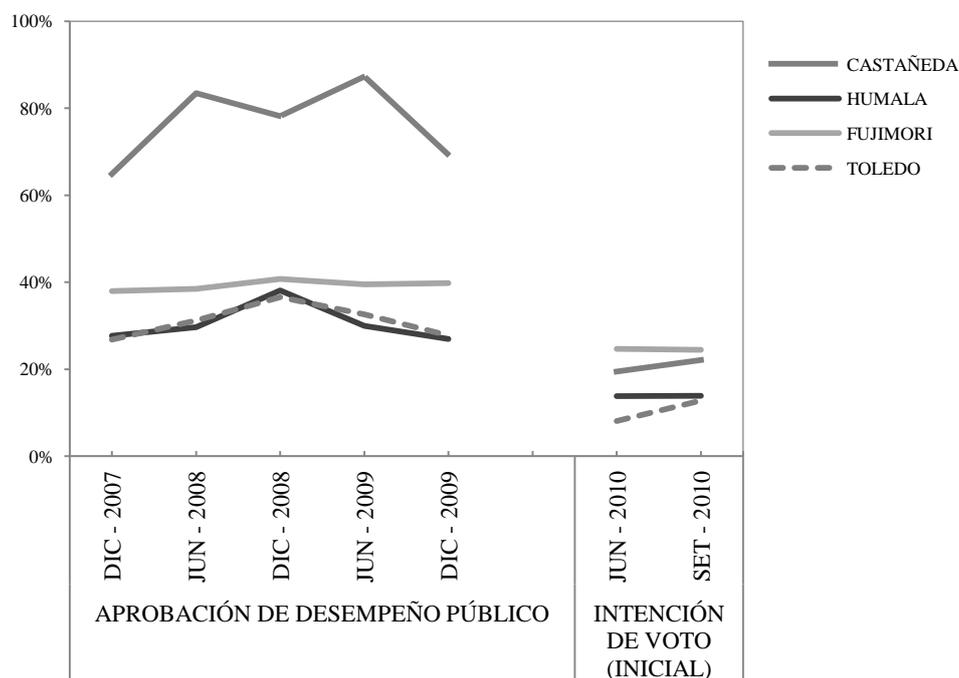
La aprobación de Castañeda en el sector C es similar a la de los otros grupos. Toledo es visto ligeramente mejor que Fujimori, si bien hacia el final la diferencia es una mínima ventaja para Fujimori. La aprobación de Humala sin embargo, crece a lo largo del tiempo, aunque no demasiado. La disminución de la aprobación de Toledo hacia 2009 quizá se explique en base a las acusaciones que lo señalaban como responsable de las liberaciones de terroristas durante su gobierno. La intención de voto es muy similar a diferencia del porcentaje de Fujimori que crece hacia finales de 2009. Las severas acusaciones acerca de su desempeño como congresista no parecen haber tenido efecto sobre su aceptación en el público. Toledo mantiene el tercer lugar y Humala el cuarto respectivamente.

Tabla 15: *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector D y E*
D/E

	APROBACIÓN DEL DESEMPEÑO PÚBLICO					INTENCIÓN DE VOTO	
	DIC07	JUN08	DIC08	JUN09	DIC09	JUN10	SET10
CASTAÑEDA	64,9	83,5	78,2	87,3	69,3	19,5	22,1
HUMALA	27,7	29,7	38,1	30,0	27,0	13,8	13,9
FUJIMORI	38,0	38,5	40,8	39,5	39,8	24,7	24,5
TOLEDO	26,8	31,2	36,6	32,6	27,8	8,1	12,8

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Gráfico 17. *Percepción sobre los candidatos de acuerdo a nivel socioeconómico: Sector D/E*



Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
Elaboración propia

Por último, el sector D y E muestran los resultados más disimiles de los tres segmentos analizados. La aprobación de Castañeda es la que más varía, se mantiene la caída en 2009 quizá como resultado de las acusaciones a su gestión. Fujimori mantiene el segundo lugar y no varía hacia el final a pesar de la crítica a su desempeño. No obstante, cabe resaltar el empate entre Toledo y Humala en diciembre de 2008. Ambos tuvieron noticias desfavorables, pero Humala le saca una ligera ventaja que no es capaz de mantener hacia diciembre del año siguiente. Por su parte, la intención de voto en este segmento difiere de aquella del promedio ya que Fujimori va a la cabeza con poco más del 20% de la intención de voto y Humala supera a Toledo por unos pocos puntos porcentuales. Sin embargo, la

diferencia es mínima en ambos casos. La posible respuesta a este hallazgo la pueden dar nuevamente Berger y Luckmann (1972: 168). Este grupo socioeconómico comparte características similares: son los menos aventajados en lo económico y experimentan múltiples niveles de carencia material y de representatividad política. Por ello su socialización es diametralmente opuesta a aquella de los otros sectores, los más pudientes A/B y los emergentes C. Bourdieu diría que los pobres son los más proclives a demandar un cambio, pero favorecer en la encuesta a Fujimori señala regresar a un modelo previo de populismo y clientelismo. Debido a sus carencias materiales, no se puede descartar que sus necesidades no perfilan sus percepciones ni sus aspiraciones, en contradicción con Skitka. Los encuestados en los sectores D/E están expresando de manera implícita su malestar pero ello no quiere decir que desean romper radicalmente con las opciones políticas moderadas. La moderación en el discurso de Humala podría haber influido en esto.

Conclusiones

A lo largo de la investigación se ha podido observar que, respondiendo a la investigación, la opinión pública nacional urbana generalmente se ha comportado de manera consistente en el tiempo revisado (2007-2010). Así, tenemos que Luis Castañeda lideró de manera constante las preferencias tanto en aprobación como en intención de voto, incluso al ver las diferencias entre los segmentos analizados, mientras que Ollanta Humala obtuvo bajos niveles de aprobación a lo largo del tiempo.

Ahora bien, esta aparente consistencia en las preferencias electorales va perdiendo fuerza a medida que se acerca el periodo electoral en sí. Habiendo realizado este estudio de manera posterior a la elección en cuestión (Abril de 2011) tenemos una ventaja analítica pues sabemos que en realidad estas tendencias, previamente consistentes, no se mantuvieron al momento de la elección y que, por el contrario, la tendencia se revirtió en los casos mencionados llegando a tener al candidato que iba último, según el análisis, como actual presidente del país.

Lo anterior puede responder a que la opinión de los electores no solo se ve influenciada por sus condiciones de vida sino que también recibe estímulos externos como noticias y la campaña de cada candidato. Esta sería una posible explicación a la variación de preferencias en las diferentes etapas, puesto que del 2007 al 2009 los ciudadanos no estaban tan expuestos al tema electoral; mientras que a partir del 2010 los candidatos empiezan a tener estrategias más claras que se hacen aún más fuertes en el 2011 en el que el contexto mismo hacía que se preocupen más por el tema y las posibles repercusiones de su comportamiento electoral, lo que podría explicar la variación final (en el voto mismo) que depende, en gran medida, de las estrategias mediáticas de los candidatos en horizontes temporalmente cercanos.

En cuanto a la diferencia entre grupos, podemos decir que el sexo no ha influido mayormente en las preferencias observadas, salvo para el caso de la candidata Keiko Fujimori que obtuvo mejores resultados relativos tanto de aprobación como de intención del voto en el segmento femenino. Para la distinción etaria tampoco se encontraron grandes cambios, excepto por la preferencia hacia Alejandro Toledo que es claramente mayor en los mayores de 44 años. Finalmente, en lo referente a sectores

socioeconómicos, tenemos que los sectores D y E mantuvieron una tasa de aprobación relativamente mayor hacia Humala, con respecto a los otros sectores. Además, este grupo es el único que mantuvo a Castañeda en segundo lugar en las mediciones de intención de voto teniendo a Keiko Fujimori como ganadora en setiembre y junio de 2010.

Sobre la forma de estudiar la opinión pública, la investigación recoge que las preguntas realizadas en condiciones de menor presión (como la de aprobación al desempeño) pueden variar con respecto a otras como la intención de voto, pues los encuestados no parecen dar mayor importancia a temas que no están directamente relacionados a los sucesos que afectan su vida cotidiana. Bourdieu acierta en esto al señalar que el contexto determina la respuesta del encuestado. Además, cabe tener en cuenta la excesiva campaña mediática en contra de Humala (cercana a las elecciones) que puede generar el efecto contrario, haciendo que la gente sea más consciente de que se le está manipulando en contra de sus intereses personales, como indicaba la teoría. Ello confirma lo que mencionan los psicólogos políticos acerca del manejo de la propaganda y la campaña política, cuyo éxito depende del contexto en el cual sea usada.

Finalmente, cabe recordar –como se ha hecho a lo largo del análisis- la importancia de abordar el tema bajo las diferentes perspectivas empleadas y que el votante elegirá dependiendo de los estímulos del entorno (noticias, propaganda, campaña y pensamiento colectivo), su estrato social y medio de socialización, en el que se desenvuelve diariamente, y que es capaz de elucidar una respuesta racional y a la vez emocional en base a esta información, que eventualmente se constituirá en un voto.

Referencias

- Berger, Peter, & Thomas Luckmann (1972). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bordieu, Pierre (1992). La opinión pública no existe. *Debates en sociología, Revistas PUCP*, no. 17, 301-311.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/download/6673/6776>
- Canfield, Bertrand (1962). *Relaciones públicas: principios, casos y problemas*. Buenos Aires: Mundi.
- Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Del Valle, Hugo Damián. (2009). *Opinión Pública y Comportamiento Electoral: De las opiniones al voto*. (Tesis de Licenciatura). *Memoria Académica*, Mayo 2009, 1-58.
<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.579/te.579.pdf>
- Dittus, Rubén. (2005). La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio. *B. Athenea Digital*, 7: 61-76.
- Geertz, Clifford. (2003). *La interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Isbell, Linda M. & Victor C. Ottati. (2002). The Emotional Voter: Effects of Episodic Affective reactions on Candidate Evaluation. In Ottati, Victor C. et al. *The social psychology of politics* (55-73) New York: Kluwer Academic, 2002.
- Habermas, Jurgen. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Alianza Editorial.
- Jamieson, K. Hall. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*. New York: Oxford University Press
- Lozano, Norma. (2012). La imagen de los candidatos presidenciales en la agenda de los medios. *Ecos de la Comunicación*. 5. 113-131.
bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/imagen-candidatos-presidenciales
- Olórtegui, Ekaterina (2011). Medios de incomunicación: actuación de la prensa peruana durante el proceso electoral. En *Ensayos Contemporáneos. Edición VII Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2011* (71-73). Universidad de Palermo.
- Skitka, Linda J. & Elizabeth Mullen (2002). Psychological Determinants of Public Opinion. In Ottati, Victor C. et al. *The social psychology of politics* (107-134) New York: Kluwer Academic, 2002.
- Richardson, G. W., Jr. (2003). *Pulp Politics: How Political Advertising Tells the Stories of American Politics*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Sartori, Giovanni (1992). *Elementos de teoría política*. Alianza.
- West, D. M. (2001). *Air Wars: Television Advertising in Election Campaigns, 1952-1996*. Washington, DC: Congressional Quarterly, (1993, 1997), third edition.

Zamora, Rocío y José Carlos Lozada (2011). La imagen del candidato electoral: Hacia una integración de su dimensión racional y emocional. Cuadernos de Información, 29, 9-24.

http://comunicaciones.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20120107/asocfile/20120107202138/la_imagen_d_el_candidato_web.pdf.

Artículos Periodísticos¹¹

Diario El Comercio

Ollanta Humala habló de Sendero Luminoso y Abimael Guzmán en España. (Agosto 2009)

<<http://elcomercio.pe/politica/738557/noticia-muestran-video-que-humala-llamapreso-politico-abimael-guzman>>

Diario La Republica

Fiscal archiva ocho investigaciones a ex presidente Alejandro Toledo. (2007, Diciembre 9)

<<http://www.larepublica.pe/09-12-2007/fiscal-archiva-ocho-investigaciones-ex-presidente-alejandro-toledo>>

Humala recuerda acto de Locumba. (2007, Octubre 24)

<<http://www.larepublica.pe/24-10-2007/humala-recuerda-acto-de-locumba>>

Humala: Fujimori debe asumir responsabilidad por hechos imputados a militares. (2007, Setiembre 21)

<<http://www.larepublica.pe/21-09-2007/humala-fujimori-debe-asumir-responsabilidad-por-hechos-imputados-militares>>

Nueva denuncia fiscal a Antauro Humala. (2007, Agosto 11)

<<http://www.larepublica.pe/11-08-2007/nueva-denuncia-fiscal-antauro-humala>>

Castañeda anuncia nueva licitación para corredor vial. (2008, Marzo 18)

<<http://www.larepublica.pe/18-03-2008/castaneda-anuncia-nueva-licitacion-para-corredor-vial>>

Colina sí existió, dice Keiko. (2008, Marzo 12)

<<http://www.larepublica.pe/12-03-2008/colina-si-existio-dice-keiko>>

Investigan 192 nuevos casos por corrupción vinculados a Fujimori-Montesinos. (2008, Diciembre 3)

<<http://www.larepublica.pe/03-12-2008/investigan-192-nuevos-casos-por-corrupcion-vinculados-fujimori-montesinos>>

Nueva demanda de Zarái contra Alejandro Toledo lista para sentencia

<<http://www.larepublica.pe/10-01-2008/nueva-demanda-de-zarai-contra-alejandro-toledo-lista-para-sentencia>>

¹¹ Para el citado de medios periodísticos online se ha recurrido al siguiente link de la Cornell University <http://www.library.cornell.edu/resrch/citmanage/apa>

Ollanta Humala no asistiría a segunda audiencia por 'Andahuaylazo'. (2008, Marzo 30)

<<http://www.larepublica.pe/30-03-2008/ollanta-humala-no-asistiria-segunda-audiencia-por-andahuaylazo>>

Piden a Castañeda concurrir a Congreso por cuestionamientos. (2008, Octubre 5)

<<http://www.larepublica.pe/05-10-2008/piden-castaneda-concurrir-congreso-por-cuestionamientos>>

Pleno discutirá hoy acusación del 2008 contra Toledo. (2008, Setiembre 24)

<<http://www.larepublica.pe/25-09-2009/pleno-discutira-hoy-acusacion-del-2008-contratoledo>>

Según Humala, García ordenó en su primer gobierno eliminar a subversivos sin armas. (2008, Noviembre 26)

<<http://www.larepublica.pe/26-11-2008/segun-humala-garcia-ordeno-en-su-primergobierno-eliminar-subversivos-sin-armas>>

Yehude Simon: Perú no puede vivir bajo la "agenda" política de Humala. (2008, Diciembre 16)

<<http://www.larepublica.pe/16-12-2008/yehude-simon-peru-no-puede-vivir-bajo-la-agendapolitica-de-humala>>

Alcalde Luis Castañeda Lossio apagará luces de Lima por el planeta. (2009, Marzo 27)

<<http://www.larepublica.pe/27-03-2009/alcalde-luis-castaneda-lossio-apagara-luces-de-limapor-el-planeta>>

Castañeda: Uso de perdigones en "barristas" es decisión de Mininter. (2009, Octubre 31)

<<http://www.larepublica.pe/31-10-2009/castaneda-uso-de-perdigones-en-barristas-es-decision-de-mininter>>

Denuncian a Humala por presunto asesinato ocurrido en 1992. (2009, Abril 3)

<<http://www.larepublica.pe/03-04-2009/denuncian-humala-por-presunto-asesinato-ocurrido-en-1992>>

Fujimori es condenado a 25 años de prisión por delitos contra los DDHH. (2009, Abril 3)

<<http://www.larepublica.pe/07-04-2009/fujimori-es-condenado-25-anos-de-prision-por-delitos-contralos-ddhh>>

Fujimori es declarado culpable por casos de corrupción. (2009, Setiembre 30)

<<http://www.larepublica.pe/30-09-2009/fujimori-es-declarado-culpable-por-casos-de-corrupcion>>

Fujimori se contradijo en alocución final. (2009, Abril 6)

<<http://www.larepublica.pe/06-04-2009/fujimori-se-contradijo-en-allocucion-final>>

Fujimori destruyó la institucionalidad de las Fuerzas Armadas. (2009, Abril 9)

<<http://www.larepublica.pe/09-04-2009/fujimori-destruyo-la-institucionalidad-de-las-fuerzas-armadas-0>>

Humala: Se debe replantear las relaciones con Chile. (2009, Noviembre 11).

- <<http://www.larepublica.pe/13-11-2009/humala-se-debe-replantear-las-relaciones-con-chile>>
 Mekler emplaza a Humala a deslindar con los extremistas. (2009, Setiembre 18)
 <<http://www.larepublica.pe/19-09-2009/mekler-emplaza-humala-deslindar-con-los-extremistas>>
- Toledo: "Basta de crear cortinas de humo". (2009, Noviembre 29).
 <<http://www.larepublica.pe/13-09-2009/toledo-basta-de-crear-cortinas-de-humo>>
- Toledo: Es aberrante que Latinoamérica se dedique a calentar sus fronteras. (2009, Noviembre 29)
 <<http://www.larepublica.pe/29-11-2009/toledo-es-aberrante-que-latinoamerica-se-dedique-calentar-sus-fronteras>>
- Toledo critica al presidente García por validar TLC con Chile. (2009, Marzo 8)<<http://www.larepublica.pe/08-03-2009/toledo-critica-al-presidente-garcia-por-validar-tlc-con-chile>>
- Castañeda defiende el Metropolitano. (2010, Junio 18).
 <<http://www.larepublica.pe/18-06-2010/castaneda-defiende-el-metropolitano>>
- Estudios de Keiko Fujimori y hermanos en EEUU costaron US\$ 1 millón 225 mil. (2010, Julio 21).
 <<http://www.larepublica.pe/21-07-2010/estudios-de-keiko-fujimori-y-hermanos-en-eeuu-costaron-us-1-millon-225-mil>>
- Humala dice que gobierno convive con corrupción. (2010, Abril 25).
 <<http://www.larepublica.pe/25-04-2010/humala-dice-que-gobierno-convive-con-corrupcion>>
- Humala: Alan García prepara fraude en comicios del 2011. (2010, Agosto 17)
 <<http://www.larepublica.pe/17-08-2010/humala-alan-garcia-prepara-fraude-en-comicios-del-2011>>
- Humala: 'García desperdició cuatro años'. (2010, Julio 26)
 <<http://www.larepublica.pe/26-07-2010/humala-garcia-desperdicio-cuatro-anos>>
- Iberico: "Castañeda debe presentar las cuentas del municipio". (2010, Agosto 22)
 <<http://www.larepublica.pe/22-08-2010/iberico-castaneda-debe-presentar-las-cuentas-del-municipio>>
- Keiko Fujimori presentó 17 proyectos de ley y cobró un millón de soles. (2010, Agosto 8)
 <<http://www.larepublica.pe/08-08-2010/keiko-fujimori-presento-17-proyectos-de-ley-y-cobro-un-millon-de-soles>>
- Ollanta Humala: "Es inaceptable presencia de tropas EE.UU. en Perú". (2010, Junio 20)
 <<http://www.larepublica.pe/06-09-2010/ollanta-humala-es-inaceptable-presencia-de-tropas-eeuu-en-peru>>
- Ollanta Humala dice que no copiará a Chávez ni a Morales. (2010, Marzo 12)
 <<http://www.larepublica.pe/12-03-2010/ollanta-humala-dice-que-no-copiara-chavez-ni-morales>>

Terreno de Puerto Fiel ofrece pista sobre fondos de Keiko Fujimori. (2010, Mayo 31)
 <<http://www.larepublica.pe/31-05-2010/terreno-de-puerto-fiel-ofrece-pista-sobre-fondos-de-keiko-fujimori-0>>

Villa Stein defiende privilegios de Alberto Fujimori en prisión. (2010, Mayo 23)
 <<http://www.larepublica.pe/23-05-2010/villa-stein-defiende-privilegios-de-alberto-fujimori-en-prision>>

Diario Perú 21

Ollanta Humala no está libre de responsabilidad en el caso Madre Mía. (2008, Diciembre 16)
 <<http://peru21.pe/noticia/212506/ollanta-humala-no-esta-libre-responsabilidad-caso-madre-mia>>

Le exigen a Castañeda Lossio que rinda cuentas claras. (2008, Junio 1)
 <<http://peru21.pe/noticia/294430/le-exigen-castaneda-lossio-que-rinda-cuentas-claras>>

Antauro: "Podría haber otra rebelión". (2010, Setiembre 24)
 <<http://peru21.pe/noticia/643960/antauro-humala-podria-otra-rebelion>>

Lourdes Flores: "La seguridad no fue una prioridad de Castañeda". (2010, Junio 6)
 <<http://peru21.pe/noticia/490558/lourdes-flores-seguridad-no-fue-prioridad-castaneda>>

Marcos Ibazeta: "Con Paniagua y Toledo nos dieron una estocada". (2010, Junio 20)
 <<http://peru21.pe/noticia/497843/marcos-ibazeta-paniagua-toledo-nos-dieron-estocada>>

Toledo critica a García por el DL 1097. (2010, Setiembre 8)
 <<http://peru21.pe/noticia/635838/toledo-critica-garcia-dl-1097>>

Toledo: "No me culpen por liberación". (2010, Setiembre 26)
 <<http://peru21.pe/noticia/645084/toledo-no-me-culpen-liberacion-terrorista>>

Toledo postulará en 2011 si Keiko sigue primera en sondeos. (2010, Setiembre 6)
 <<http://peru21.pe/noticia/634965/toledo-postulara-2011-si-keiko-sigue-primera>>

Zumaeta: "Debe haber un informe sobre Comunicore". (2010, Agosto 1)
 <<http://peru21.pe/noticia/616872/zumaeta-informe-sobre-comunicore>>

ANEXO 1

Tablas de frecuencia: 'Aprobación del desempeño público' por cada personaje¹².

DICIEMBRE 2007

Tabla 16: Estadísticos – Aprobación del desempeño público de personajes seleccionados

		EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA LUIS CASTAÑEDA LOSSIO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA OLLANTA HUMALA TASSO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA KEIKO FUJIMORI HIGUCHI?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA ALEJANDRO TOLEDO MANRIQUE?
N	Válidos	1205	1205	1205	1205
	Perdidos	0	0	0	0
Mediana		1,00	2,00	2,00	2,00
Moda		1	2	2	2

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1207_01

Tabla 17: En general, ¿Diría usted que aprueba Luis Castañeda Lossio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	840	69,7	69,7	69,7
Desaprueba	155	12,9	12,9	82,6
No precisa	209	17,4	17,4	100,0
Total	1205	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1207_01 pregunta P10C

Tabla 18: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba Ollanta Humala Tasso?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	258	21,4	21,4	21,4
Desaprueba	825	68,5	68,5	89,9
No precisa	122	10,1	10,1	100,0
Total	1205	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1207_01 pregunta P11A

¹² Luis Castañeda (En este caso se utiliza la pregunta de aprobación o desaprobación de gestión como alcalde), Ollanta Humala, Keiko Fujimori y Alejandro Toledo

Tabla 19: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba Keiko Fujimori Higuchi?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	407	33,7	33,7	33,7
Desaprueba	676	56,1	56,1	89,9
No precisa	122	10,1	10,1	100,0
Total	1205	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1207_01 pregunta P11B

Tabla 20: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba Alejandro Toledo Manrique?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	339	28,1	28,1	28,1
Desaprueba	744	61,7	61,7	89,8
No precisa	122	10,2	10,2	100,0
Total	1205	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1207_01 pregunta P11D

JUNIO 2008

Tabla 21: Estadísticos – Aprobación del desempeño público de personajes seleccionados

		EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA LA GESTIÓN DE: EL ALCALDE DE LIMA, LUIS CASTAÑEDA LOSSIO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE KEIKO FUJIMORI HIGUCHI?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE OLLANTA HUMALA TASSO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE ALEJANDRO TOLEDO MANRIQUE?
N	Válidos	655	1208	1208	1208
	Perdidos	553	0	0	0
Moda		1	2	2	2

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0608_01

Tabla 22: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba la gestión de: el alcalde de lima, Luis Castañeda Lossio?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	529	43,8	80,8
	Desaprueba	99	8,2	95,9
	No precisa	27	2,2	100,0
	Total	655	54,2	100,0
Perdidos	553	45,8		
Total	1208	100,0		

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0608_01pregunta P12_D

Tabla 23: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	426	35,3	35,3
	Desaprueba	640	53,0	88,3
	No precisa	141	11,7	100,0
	Total	1208	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0608_01 pregunta P13_B

Tabla 24: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	258	21,4	21,4	21,4
Desaprueba	827	68,5	68,5	89,8
No precisa	123	10,2	10,2	100,0
Total	1208	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0608_01 pregunta P13_A

Tabla 25: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	416	34,4	34,4	34,4
Desaprueba	682	56,5	56,5	90,9
No precisa	110	9,1	9,1	100,0
Total	1208	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0608_01 pregunta P13_D

DICIEMBRE 2008

Tabla 26: Estadísticos – Aprobación del desempeño público de personajes seleccionados

	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA LA GESTIÓN DE EL ALCALDE DE LIMA, LUIS CASTAÑEDA LOSSIO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE OLLANTA HUMALA TASSO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE KEIKO FUJIMORI HIGUCHI?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE ALEJANDRO TOLEDO MANRIQUE?
N	Válidos	641	1197	1197
	Perdidos	556	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1208_01

Tabla 27: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba la gestión de: el alcalde de lima, Luis Castañeda Lossio?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	509	42,5	79,4
	Desaprueba	105	8,8	16,4
	NS/NR	27	2,3	4,3
	Total	641	53,6	100,0
Perdidos	556	46,4		
Total	1197	100,0		

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1208_01 pregunta P11C

Tabla 28: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	311	26,0	26,0
	Desaprueba	795	66,4	92,4
	NS/NR	91	7,6	100,0
	Total	1197	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1208_01 pregunta P12A

Tabla 29: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	464	38,8	38,8	38,8
Desaprueba	612	51,1	51,1	89,9
NS/NR	121	10,1	10,1	100,0
Total	1197	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1208_01 pregunta P12B

Tabla 30: En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	487	40,7	40,7	40,7
Desaprueba	632	52,8	52,8	93,5
NS/NR	78	6,5	6,5	100,0
Total	1197	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1208_01 pregunta P12D

JUNIO 2009

Tabla 31: Estadísticos – Aprobación del desempeño público de personajes seleccionados

	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA LA GESTIÓN DE EL ALCALDE DE LIMA, LUIS CASTAÑEDA LOSSIO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE KEIKO FUJIMORI HIGUCHI?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE OLLANTA HUMALA TASSO?	EN GENERAL, ¿DIRÍA USTED QUE APRUEBA O DESAPRUEBA EL DESEMPEÑO PÚBLICO DE ALEJANDRO TOLEDO MANRIQUE?
N	Válidos 695	1259	1259	1259
	Perdidos 564	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0609_01

Tabla 32: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba la gestión de: el alcalde de lima, Luis Castañeda Lossio?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	599	47,6	86,1
	Desaprueba	75	6,0	96,9
	NS / NR	21	1,7	100,0
	Total	695	55,2	100,0
Perdidos	564	44,8		
Total	1259	100,0		

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0609_01 pregunta P7D

Tabla 33: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	452	35,9	35,9
	Desaprueba	724	57,5	93,4
	NS / NR	83	6,6	100,0
	Total	1259	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0609_01 pregunta P8B

Tabla 34: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Aprueba	274	21,7	21,7
	Desaprueba	879	69,8	91,6
	NS / NR	106	8,4	100,0
	Total	1259	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0609_01 pregunta P8A

Tabla 35: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	480	38,2	38,2	38,2
Desaprueba	702	55,7	55,7	93,9
NS / NR	77	6,1	6,1	100,0
Total	1259	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0609_01 pregunta P8D

DICIEMBRE 2009

Tabla 36: *Estadísticos – Aprobación del desempeño público de personajes seleccionados*

	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba la gestión del Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio?	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?	En general, ¿diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?
N	Válidos 697	1262	1262	1262
	Perdidos 565	0	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1209_01

Tabla 37: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba la gestión de: el alcalde de lima, Luis Castañeda Lossio?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	520	41,2	74,6	74,6
Desaprueba	132	10,5	19,0	93,6
No precisa	45	3,5	6,4	100,0
Total	697	55,2	100,0	
Perdidos	565	44,8		
Total	1262	100,0		

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1209_01 pregunta P1E

Tabla 38: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Keiko Fujimori Higuchi?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	422	33,5	33,5	33,5
Desaprueba	734	58,1	58,1	91,6
No precisa	106	8,4	8,4	100,0
Total	1262	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1209_01 pregunta P2B

Tabla 39: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Ollanta Humala Tasso?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	280	22,2	22,2	22,2
Desaprueba	880	69,7	69,7	91,9
No precisa	102	8,1	8,1	100,0
Total	1262	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1209_01 pregunta P2A

Tabla 40: *En general, ¿Diría usted que aprueba o desaprueba el desempeño público de Alejandro Toledo Manrique?*

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Aprueba	386	30,6	30,6	30,6
Desaprueba	742	58,8	58,8	89,4
No precisa	134	10,6	10,6	100,0
Total	1262	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_1209_01 pregunta P2D

ANEXO 2

Tablas de frecuencia: ‘Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted?’ (por candidato).

JUNIO 2010

Tabla 41: Estadísticos – Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted?

N	Válidos	1235
	Perdidos	0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0610_01 (P1)

Tabla 42: Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Marco Arana	5	,4	,4	,4
Jaime Bayly	56	4,5	4,5	4,9
Luis Castañeda	294	23,8	23,8	28,7
Algún candidato del APRA	29	2,4	2,4	31,1
Edwin Donayre	9	,7	,7	31,8
Keiko Fujimori	235	19,1	19,1	50,8
Ollanta Humala	132	10,7	10,7	61,5
Válidos s Pedro Pablo Kuczynski	20	1,6	1,6	63,2
Yehude Simon	7	,5	,5	63,7
Alejandro Toledo	120	9,7	9,7	73,4
Otro	9	,7	,7	74,1
Blanco/Viciado	193	15,6	15,6	89,7
No precisa	127	10,3	10,3	100,0
Total	1235	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0610_01 pregunta P1

SETIEMBRE 2010

Tabla 43: Estadísticos – Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted?

N	Válidos	1295
	Perdidos	0

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0910_01 pregunta P10

Tabla 44: Si las elecciones presidenciales fueran mañana, ¿por quién votaría usted?

	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Marco Arana	2	,2	,2	,2
Mercedes Aráoz	32	2,5	2,5	2,6
Jaime Bayly	65	5,0	5,0	7,6
Luis Castañeda	329	25,4	25,4	33,0
Edwin Donayre	12	1,0	1,0	34,0
Keiko Fujimori	275	21,3	21,3	55,2
Ollanta Humala	137	10,6	10,6	65,8
Válidos Pedro Pablo Kuczynski	24	1,8	1,8	67,7
Yehude Simon	16	1,2	1,2	68,9
Alejandro Toledo	176	13,6	13,6	82,5
Blanco/Viciado	112	8,6	8,6	91,1
Otro	22	1,7	1,7	92,8
No precisa	94	7,2	7,2	100,0
Total	1295	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia en base a la base de datos de la encuesta IOP_0910_01 pregunta P10

ANEXO 3

Resumen de noticias revisadas para el análisis (Noviembre 2007 – Setiembre 2010), resumen por candidato.

Año 2007

	Fecha	Título	Tipo
CASTAÑEDA	3 Nov.	"Critican supuesto cobro de peaje en importantes avenidas"	Desfavorable
HUMALA	4 Nov.	"Ollanta exige en el cusco más dinero a educación y salud"	Favorable
FUJIMORI	6 Nov.	"Fiscal pide 30 años para Fujimori" (Por matanza de la Cantuta)	Desfavorable
TOLEDO	9 Dic.	"Fiscal archiva ocho investigaciones a ex presidente Alejandro Toledo"	Desfavorable

Fuente: Elaboración propia

Año 2008

	Fecha	Título	Tipo
CASTAÑEDA	18 Mar.	"Castañeda anuncia nueva licitación para corredor vial"	Favorable
	5 Oct.	"Piden a Castañeda concurrir a Congreso por cuestionamientos"	Desfavorable
HUMALA	30 Mar.	"Ollanta Humala no asistiría a segunda audiencia por 'Andahuaylazo'"	Desfavorable
	24 Jul.	"Ollanta Humala no está libre de responsabilidad en el caso Madre Mía"	Desfavorable
	16 Dic.	"Simon acusa a Humala"	Desfavorable
FUJIMORI	12 Mar.	"Colina sí existió, dice Keiko"	Desfavorable
	3 Dic.	"Investigan 192 nuevos casos por corrupción vinculados a Fujimori-Montesinos"	Desfavorable
TOLEDO	10 Ene.	"Nueva demanda de Zarái contra Alejandro Toledo lista para sentencia"	Desfavorable
	24 Set.	"Pleno discutirá hoy acusación del 2008 contra Toledo"	Desfavorable

Fuente: Elaboración propia

Año 2009

	Fecha	Título	Tipo
CASTAÑEDA	27 Mar.	"Alcalde Luis Castañeda <u>Lossio</u> apagará luces de Lima por el planeta"	Favorable
	1 Jun.	"Le exigen a Castañeda <u>Lossio</u> que rinda cuentas claras"	Desfavorable
	17 Jun.	"Comisión de Transportes citaría de grado o fuerza a alcalde Castañeda"	Desfavorable
	31 Oct.	"Castañeda tiene mucho que transparentar"	Desfavorable
HUMALA	3 Abr.	"Denuncian a Humala por presunto asesinato ocurrido en 1992"	Desfavorable
	9 Abr.	"Humala: "Fujimori destruyó la institucionalidad de las Fuerzas Armadas"	Favorable
	Julio	"Ollanta Humala habló de Sendero Luminoso y Abimael Guzmán en España"	Desfavorable
	18 Set.	" <u>Mekler</u> emplaza a Humala a deslindar con los extremistas"	Desfavorable
	13 Nov.	"Humala: Se debe replantear las relaciones con Chile"	Favorable
FUJIMORI	7 Abr.	"Fujimori es condenado a 25 años de prisión por delitos contra los DDHH"	Desfavorable
	6 Abr.	"Fujimori se contradijo en alocución final"	Desfavorable
	30 Set.	"Fujimori es declarado culpable por casos de corrupción"	Desfavorable
TOLEDO	8 Mar.	"Toledo critica al presidente García por <u>Válidosar</u> TLC con Chile"	Favorable
	13 Set.	"Toledo: "Basta de crear cortinas de humo""	Favorable
	29 Nov.	"Toledo: Aberrante que AL se dedique a amarse en vez de alimentar a los pobres"	Favorable

Fuente: Elaboración propia

Año 2010

	Fecha	Titulo	Tipo
CASTAÑEDA	6 Jun.	Lourdes Flores: "La seguridad no fue una prioridad de Castañeda"	Desfavorable
	17 Jun.	"Castañeda defiende el Metropolitano"	Favorable
	1 Ago.	"Zumaeta: "Debe haber un informe sobre <u>Comunicore</u> ""	Desfavorable
	22 Ago.	" <u>Ibenico</u> : "Castañeda debe presentar las cuentas del municipio""	Desfavorable
HUMALA	25 Abr.	"Humala dice que gobierno convive con corrupción"	Favorable
	26 Jul.	"Humala: 'García desperdició cuatro años'"	Favorable
	17 Ago.	"Humala Alan García prepara fraude en comicios del 2011"	Favorable
	6 Set.	"Ollanta Humala Es inaceptable presencia de tropas EE.UU. en Perú"	Favorable
	24 Set.	"Antauro: "Podría haber otra rebelión""	Desfavorable
FUJIMORI	31 <u>May.</u>	"Terreno de Puerto Fiel ofrece pista sobre fondos de <u>Keiko Fujimori</u> "	Desfavorable
	20 Jul.	"Estudios de <u>Keiko Fujimori</u> y hermanos en EEUU costaron US\$ 1 millón 225 mil"	Desfavorable
	8 Ago.	" <u>Keiko Fujimori</u> presentó 17 proyectos de ley y cobró un millón de soles"	Desfavorable
TOLEDO	20-Jun	Marcos <u>Ibazeta</u> : "Con Paniagua y Toledo nos dieron una estocada"	Desfavorable
	6 Set.	"Toledo postulará si <u>Keiko</u> sigue primera en sondeos, para no regresar al pasado"	Favorable
	8 Set.	"Toledo critica a García por el DL 1097"	Favorable
	26 Set.	"Toledo: "No me culpen por liberación" de Nancy <u>Gilbonio Conde</u> "	Desfavorable

Fuente: Elaboración propia