

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
Departamento de Estudios Políticos
Convocatoria 2014-2016

Tesis para obtener el título de maestría en Ciencias Políticas

Campaña permanente entre el fuego cruzado: comprendiendo la aprobación presidencial en
Colombia (1998-2014)

Juan Manuel Caicedo Atehortúa

Asesor: Santiago Basabe Serrano

Lectores: Felipe Burbano de Lara y Julián Alejandro Martínez

Quito, junio de 2017

Dedicatoria

Al pueblo de Ecuador, por llenar de significado las palabras “país hermano”, por brindar abrigo y tender la mano a miles de colombianos que viviremos por siempre agradecidos.

Tabla de contenidos

Resumen	VI
Agradecimientos	VII
Introducción	1
Capítulo 1	8
Estado de la cuestión y marco teórico: la aprobación presidencial como fenómeno multicausal	8
1. El ciclo electoral y el efecto luna de miel.....	10
2. Los estímulos ambientales: economía, relaciones internacionales, escándalos y guerra	11
2.1. Economía: la teoría del voto económico.....	12
2.2. Relaciones internacionales: el efecto de reacción patriótica.....	14
2.3. Escándalos.....	15
2.4. Guerra y terrorismo.....	18
3. Carácter, personalidad y habilidades del presidente como actor/comunicador.....	23
4. Marco teórico y aproximaciones empíricas.....	32
5. Hipótesis	38
Capítulo 2	40
Diseño metodológico	40
1. Método de investigación y justificación	40
2. La variable dependiente: aprobación presidencial	41
3. Variables independientes	43
Capítulo 3	54
¿General o gerente? La explicación de la aprobación presidencial en Colombia	54
Conclusiones	74
Glosario	83
Lista de referencias	84

Ilustraciones

Figuras

Figura 2.1. Aprobación presidencial en Colombia 1998-2014	43
Figura 2.2. Índice de Costo de la Guerra 1998-2014	46
Figura 3.1. Inflación 1998-2014.....	65
Figura 3.2. Desempleo 1998-2014	65
Figura 4.1. Mejor opción para solucionar el problema de las guerrillas según el público.....	78
colombiano	78

Tablas

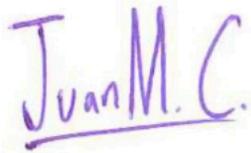
Tabla 2.1. Descripción de la variable dependiente.....	43
Tabla 2.2. Construcción del Índice de Costo de la Guerra.....	45
Tabla 2.3. Descripción de las variables independientes.....	53
Tabla 3.1. Variables determinantes de la Aprobación Presidencial 1998-2014.....	55
Tabla 3.2. Aprobación presidencial al inicio, al final y promedio	57
Tabla 3.3. Aprobación presidencial antes y después de bajas del Secretariado y Operación ..	60
Jaque.....	60

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Juan Manuel Caicedo Atehortúa, autor de la tesis titulada “Campaña permanente entre el fuego cruzado: insurrección y aprobación presidencial en Colombia (1998-2014)” declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría en Ciencias Políticas concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, junio de 2017.

A handwritten signature in purple ink that reads "Juan M. C." with a horizontal line underneath the text.

Juan Manuel Caicedo Atehortúa

Resumen

Esta investigación indaga sobre los factores que afectan la aprobación presidencial en Colombia, examinando el poder explicativo de distintas teorías planteadas en la bibliografía. El análisis cubre 192 observaciones correspondientes a los meses transcurridos entre agosto de 1998 y julio de 2014. Para el cumplimiento del objetivo de investigación, se corre un modelo explicativo para testear la relación entre la popularidad de los presidentes y un conjunto de variables independientes. Entre los hallazgos principales, se ha encontrado una influencia significativa y negativa del paso del tiempo, la inflación y mayormente el desempleo, confirmando las teorías del ciclo electoral y el voto económico. Se ha descubierto un efecto negativo del costo de la guerra y un efecto positivo pero fugaz de eventos que cabe definir como aventuras militares. Adicionalmente, se halló un efecto positivo de los escándalos por corrupción y abuso del poder en la aprobación presidencial. Este último resultado contradice la intuición y los supuestos teóricos, por lo que aquí se propone revisar y renovar las teorías sobre esta relación.

Agradecimientos

Agradezco especialmente a mis padres, a mi tío Adolfo y a Martha Rocío, los grandes mecenas de esta aventura ecuatoriana.

A todas las amistades que hicieron infinitamente más fácil y afortunada la experiencia. Son muchos buenos amigos y no los menciono por temor a olvidarme de alguno.

Al profesor Edison Hurtado, por la confianza que depositó en mí y por lo mucho que pude aprender al involucrarme en sus investigaciones.

Al profesor Santiago Basabe. Fue sincero cuando nos recibió en 2014 y nos dijo que ni siquiera íbamos a tener tiempo de respirar. Afortunadamente él mismo se constituye como un ejemplo de constancia y trabajo duro para sus estudiantes.

Al “profe” John Dueñas, quien aclaró muchas de mis dudas y me transmitió algo que por momentos yo perdía: calma y paciencia.

A Cristina, quien se comprometía con cada uno de mis proyectos como si fuera uno de los suyos.

Al pueblo de Ecuador. Que se acorten las distancias, que se amplíen los puentes que nos unen y que yo siga teniendo excusas para visitarlos.

Introducción

Este estudio indaga sobre los factores explicativos de la aprobación presidencial en Colombia, tomando el período entre 1998 y 2014. Este lapso de tiempo comprende el mandato de cuatro años de Andrés Pastrana, los dos de Álvaro Uribe y el primero de Juan Manuel Santos. Como cimientos teóricos, se parte de dos premisas: 1) los presidentes nunca dejan de ser políticos en campaña y 2) el público los responsabiliza por diversos aspectos como la situación de la economía y el orden público. Cuando se afirma que los presidentes nunca dejan de ser políticos en campaña, se trata de decir que una vez se posesionan viven en una elección perpetua ante la opinión pública hasta que dejan el cargo. En esta campaña permanente, los presidentes luchan por reivindicar los resultados de sus políticas y por elevar su popularidad en los sondeos de opinión (Conaghan y De la Torre 2008; Marra, Ostrom y Simon 1990). La segunda premisa alude a la hipótesis de la responsabilidad, de la cual se espera que sea efectiva en países donde no hay parlamentos protagonistas ni organismos internacionales demasiado influyentes (Bosch, Díaz y Riba 1999).

A este trabajo de investigación lo orienta la siguiente pregunta: ¿cuáles son las variables explicativas de la aprobación presidencial en Colombia? Al tratarse de una pregunta que busca relaciones de causalidad, se desarrolla un modelo de regresión múltiple que señala la significancia estadística y el efecto de una serie de variables independientes sobre la popularidad de los presidentes. Los coeficientes derivados de este modelo se convierten en la expresión más concreta y visible de los hallazgos de la investigación. Sin embargo, tanto la selección de estas variables explicativas como la interpretación de su relación con la variable dependiente responden a una lectura de las teorías sobre la aprobación presidencial, por un lado, y a un conocimiento contextual, por el otro (Gujarati 1997; Castro 2015; Tilly y Goodin 2011). Las teorías advierten qué datos sirven para la investigación y constituyen una especulación razonada y precisa sobre la respuesta o las respuestas que cabe dar a la pregunta de investigación (King, Keohane y Verba 2000). Sin embargo, a pesar de buscar las regularidades y consistencias lo más universales posibles, el analista debe recordar que el contexto puede afectar: 1) su entendimiento del proceso político, 2) los datos empíricos disponibles para examinarlo y 3) el proceso político en sí mismo (Tilly y Goodin 2011). Actualmente proliferan las firmas encuestadoras y se incrementa el interés por los sondeos de opinión pública. Esto no sólo en política, abundan las encuestas de mercadeo, sobre consumo

de medios de comunicación, sobre hábitos alimenticios y un sinnúmero de temas. En lo que tiene que ver con la aprobación presidencial, las mediciones se toman cada vez con mayor frecuencia y regularidad. Así mismo, la atención que reciben sus resultados en los medios y su impacto en la política es cada vez mayor. Un nivel alto de popularidad en estas circunstancias constituye una ventaja para el presidente en su relación con políticos opositores, periodistas, magistrados, jueces, fiscales, entre otros agentes (Canel 2009). Aunque la lógica del encuestado y la del votante no son la misma, como más adelante se explicará, el presidente puede capitalizar un buen resultado en las encuestas como una muestra de apoyo popular y de su habilidad para gobernar (Baker y Oneal 2001).

En Colombia está bien documentado que el conflicto armado y la estrategia para resolverlo están en el eje del debate político y que estos temas pueden definir el éxito o el fracaso de una campaña a la presidencia. Académicos y periodistas han hecho sus propias reflexiones sobre el impacto de la insurgencia y la contrainsurgencia en la política (Daza 2010; Molina 2011; Ramírez 2011; Uribe 2013; Richard 2015). Sin embargo, estos procedieron desde el psicoanálisis o el análisis del discurso, y abordaron eventos puntuales como las campañas presidenciales o casos atípicos como Álvaro Uribe y su extraordinaria popularidad en los años de la Seguridad Democrática. Lo que se propone aquí es un estudio desde la ciencia política, que toma a la popularidad de los presidentes como variable dependiente y operacionaliza una serie de variables a las que teóricamente debería responder. Para esto se abarca el período 1998-2014, que contiene tres presidentes y cuatro mandatos de cuatro años. Pastrana, Uribe y Santos gobernaron el país bajo distintas condiciones y tuvieron trayectorias de popularidad diferentes, es decir, hay variaciones susceptibles de ser explicadas.

La opinión pública, entendida como la opinión de los ciudadanos en un nivel agregado, contiene tal complejidad y diversidad que sólo puede operacionalizarse y analizarse si se la reduce a aproximaciones empíricas muy concretas y acotadas. La opinión sobre los presidentes, por ejemplo, queda limitada en las encuestas a las opciones “aprueba” o “desaprueba”. Al respecto, autores como Bourdieu (1990) señalan que no hay una opinión pública sumatoria de las opiniones individuales sino varias opiniones públicas con distintos órdenes de relevancia. Si bien permiten una interesante reflexión teórica y conceptual, hay que reconocer que planteamientos como el de Bourdieu (1990) obstaculizarían la búsqueda de regularidades y consistencias cuantificables y de fiabilidad, en el sentido que cualquier

investigador puede obtener los mismos resultados si aplica los mismos procedimientos (King, Keohane y Verba 2000).

Este es un tipo de investigación que recurre a aproximaciones empíricas delimitadas y a un modelo para el análisis estadístico que examina el efecto de siete variables explicativas, reconociendo que al hacer esto se reducen realidades que son muy complejas y sobre las que podrían hacerse muchos matices. Por ello, cuando aquí se haga referencia a las “tendencias de la opinión pública” o “al público colombiano”, se estará hablando de los datos ofrecidos por Gallup como aproximación empírica. Se admite también que se está depositando gran confianza en Gallup Colombia, al esperar que su muestra de encuestados sea realmente representativa de la población colombiana, que sus resultados sean confiables y que ningún agente pueda condicionarlos económica o políticamente. La selección de esta firma encuestadora fue inevitable por varias razones como regularidad en las mediciones, disponibilidad de datos y nivel de difusión mediática que alcanzan sus resultados.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se articulan diversas teorías sobre el comportamiento de la aprobación presidencial ante distintos estímulos. Como se verá, los resultados obtenidos tienen suficiente alcance como para seguir profundizando en estas teorías, algunas que quedaron corroboradas y otras para las que se debe plantear una revisión, ya sea de la propuesta teórica como tal o de las maneras de medir y operacionalizar la variable explicativa. En primer lugar, se toma la teoría del ciclo electoral o del desgaste del gobierno, la cual supone que la popularidad de un gobierno tiende a decaer con el paso del tiempo (Eisenstein y Witting 2000; Canel 2009; Bosch, Díaz y Riba 1999). En segundo lugar, se recurre a las teorías sobre el costo de la guerra en la opinión pública y el efecto de las aventuras militares, un tema en el que han avanzado autores como Fox (2009) y Burbach (1994), quienes plantean que el efecto de una guerra prolongada con un alto número de bajas tiende a ser negativo, mientras que el impacto de una operación militar rápida y contundente tiende a ser positivo.

Como tercer componente de su andamiaje teórico, este estudio adopta la teoría del voto económico. Esta teoría, en sus términos más básicos, plantea que los ciudadanos votan y opinan desde el bolsillo (Canel 2009). Cuando ven un incontrolable aumento de precios en los mercados o cuando sufren demasiadas dificultades para encontrar empleo y garantizar su

calidad de vida y la de sus familias, los ciudadanos tienen importantes incentivos para desaprobar y criticar la gestión de un presidente. Por el contrario, cuando disfrutan de una buena situación económica, estos mismos ciudadanos deberían responder favorablemente y premiar a su presidente. Sin embargo, miradas más minuciosas de la teoría del voto económico han demostrado que el público estima en demasía a quien consideran líder de una recuperación económica, pero no necesariamente premian al presidente cuando gozan de una prosperidad estable, ya que dan esta condición por sentada y empiezan a preocuparse y a indignarse por otros problemas. En estas circunstancias, los presidentes caen en lo que Weyland (2000) llama la paradoja del éxito: no logran ser populares cuando se supone que el público está recibiendo los estímulos ambientales adecuados.

El cuarto elemento y enfoque teórico a examinar se refiere al potencial que tienen los escándalos de desilusionar al público y con ello reducir la aprobación presidencial (MacKuen 1983; Edwards III 1997; Pérez-Liñán 2009). Se entiende como escándalo un hecho noticioso que involucra al presidente, sus colaboradores cercanos o su familia en actos de abuso del poder y corrupción (Pérez-Liñán 2009). Desde la bibliografía se afirma que estos eventos generan un efecto dominó que resulta perverso para la popularidad del presidente: a partir del primer escándalo revelado, se da un aumento de notas de prensa sobre el mismo y se buscan cada vez más funcionarios a los cuales implicar. El primer escándalo es un incentivo a los periodistas y a los políticos opositores para que sigan buscando más hechos del mismo tipo. El presidente se empieza a ver cada vez más expuesto y vulnerable y sus escándalos pueden llevar incluso a su destitución, si se coaligan con otros factores como la movilización social multclasista (Pérez-Liñán 2009).

Como último elemento teórico, se incluye toda la discusión alrededor de las relaciones internacionales y el efecto de reacción patriótica. Esta propuesta teórica plantea que la opinión pública está normalmente dividida cuando los principales temas de discusión política y mediática son de orden doméstico. Por otro lado, el público tiende a sentirse obligado a apoyar conjuntamente a su presidente cuando se presenta una crisis internacional, un efecto que tendría como evidencia más concreta y visible el aumento de la aprobación presidencial (Baum 2002). Si bien Colombia no tiene el rol geopolítico de Estados Unidos (EEUU), el país y sus presidentes se han visto implicados en intercambios de insultos y acusaciones y pleitos por territorio. Esto significa que la relación de Colombia con sus vecinos también ha tenido

sus momentos tensos y críticos, a los que la opinión pública debería reaccionar positivamente como una muestra de apoyo a su presidente.

Aunque teóricamente se acude en gran medida a autores y autoras estadounidenses, esta investigación también contiene literatura proveniente de países afectados por el fenómeno que Mueller (2003) definió como guerra interna, ya sea de tipo político (Perú), étnico (Israel y Turquía) o de lucha contra el crimen (México). Todas estas naciones tienen un factor en común con Colombia: la interacción violenta entre las autoridades estatales y las organizaciones armadas al margen de la ley cobra las dimensiones de una guerra (en lo que se refiere a los costos económicos y en vidas humanas). Tanto en lo conceptual como en lo metodológico, este trabajo toma los aportes de Weyland (2000), Arce (2003) y Arce y Carrión (2010), quienes indagaron sobre la relación entre las acciones subversivas y la popularidad de los presidentes peruanos. Así, se observa el accionar subversivo como variable predictora de la aprobación presidencial, entendiendo acciones subversivas como los hechos que de una u otra forma muestran el poder militar y coercitivo de las guerrillas y los distintos perjuicios que pueden producir sobre el Estado y la población civil.

Producto del análisis de los datos estadísticos, los resultados de esta investigación confirman la validez de la teoría del voto económico, incluso en medio de una guerra interna. La aprobación presidencial tendería a verse significativa y negativamente afectada por el desempleo y la inflación. Así mismo, se corrobora la teoría del ciclo electoral en el sentido que el paso del tiempo implica un efecto de desgaste de la popularidad del presidente. La guerra y las hazañas militares también tendrían sus efectos, aunque no tan significativos o no en la dirección que se esperaba. Para el caso de las aventuras militares excepcionales, se plantea la posibilidad de un efecto importante pero fugaz, que se analiza mejor en el corto plazo por medio de la observación de saltos de un solo turno (variaciones del puntaje de aprobación presidencial entre una encuesta y otra). En cuanto a las relaciones internacionales no se obtuvo ningún resultado que valiera la pena para el análisis, algo que en parte se debe a la irregularidad con la que se toman sondeos de opinión pública en Colombia: un efecto fugaz no puede medirse si las encuestas se realizan tres o cuatro meses después del mismo. Con las aventuras militares no fue tan grave este problema porque no era tan alto el intervalo entre evento y sondeo.

Adicional al análisis inicialmente propuesto, este estudio plantea la necesidad de ubicar el caso de Álvaro Uribe en el marco de una proliferación de presidentes populares que se dio prácticamente en toda Suramérica. Estos líderes atravesaron por procesos similares, como la fragmentación de los sistemas de partidos en sus países y la bonanza de las materias primas provocada por la alta demanda china. Por esta razón, se ha planteado la posible influencia de variables políticas y económicas en este fenómeno de alcance internacional. Esta reflexión quedó como abre bocas para una futura agenda de investigación, pues explicar la proliferación de presidentes populares desde variables correspondientes a estímulos ambientales contribuiría a la superación de las explicaciones particularistas y con reducido potencial de generalización, que han recurrido a variables inherentes al presidente como individuo (origen regional, religiosidad, carácter, forma de hablar, etc.). En el largo plazo y cuando se buscan resultados generalizables que ayuden a fortalecer teorías, es fundamental abordar los estímulos ambientales (Lanoue 1989; Ferreira y Naruhiko 2013). Si sólo se tienen en cuenta los factores actitudinales, habría que admitir la extraña coincidencia de que al menos seis presidentes -prácticamente en un mismo momento- tuvieron los rasgos personales necesarios para engendrar popularidad.¹

En las páginas siguientes, este trabajo se organiza de la siguiente manera: el primer capítulo toma como punto de partida la literatura sobre la aprobación presidencial y la multiplicidad de factores que pueden influir en sus variaciones. A la luz de la bibliografía sobre el tema -tanto norteamericana como latinoamericana y de otros continentes-, se procede a plantear una discusión teórica a partir de la cual se seleccionan las variables explicativas y se estiman sus efectos más probables. Estas estimaciones derivan en hipótesis precisas que son planteadas al final del primer capítulo. El segundo capítulo corresponde a la presentación del diseño metodológico empleado para esta investigación, desde la medición y operacionalización de las variables hasta el tipo de modelo seleccionado para analizar sus relaciones.

El tercer capítulo contiene la discusión de los resultados del modelo en términos de las hipótesis planteadas y a la luz de las teorías conocidas. Además, el tercer capítulo contiene la reflexión sobre la proliferación de presidentes populares y el carácter de innecesarios que podrían tener los factores actitudinales en un estudio de largo plazo y amplio alcance

¹ Los presidentes populares a los que se hace alusión son: Álvaro Uribe (Colombia), Hugo Chávez (Venezuela), Rafael Correa (Ecuador), Evo Morales (Bolivia), Lula da Silva (Brasil) y Fernando Lugo (Paraguay).

geográfico, enfocado en muchos presidentes y no en un solo caso. Finalmente, en el cuarto capítulo se exponen las principales conclusiones de este estudio a nivel empírico sobre el caso colombiano, así como a nivel teórico sobre el comportamiento de la aprobación presidencial en general y en contextos de guerra interna en específico. Este último capítulo también incluye conclusiones metodológicas sobre el proceso investigativo como tal. Adicionalmente, se definen las líneas de lo que podrían ser las futuras agendas de investigación.

Capítulo 1

Estado de la cuestión y marco teórico: la aprobación presidencial como fenómeno multicausal

Esta investigación parte de preguntarse cuáles son los factores determinantes de la aprobación presidencial en Colombia. Los estudios sobre aprobación presidencial suponen que los electores son racionales y que, por tanto, juzgan al gobierno y sus políticas en términos de costos y beneficios. La radio, la televisión, la internet y el rumor de boca en boca llevan al público paquetes de información sobre lo que el gobierno está haciendo y todos los días hay millones de personas que captan al menos una visión superficial sobre las noticias más relevantes del momento. Si los efectos de una política se cumplen de la misma forma para muchos individuos y se difunden en paquetes de información creíble, se espera que esto configure la opinión agregada del colectivo y se vea evidenciado en los sondeos. Cuando cambian las tendencias de la opinión pública, se considera que es efecto del despliegue de políticas públicas y paquetes de información entre los ciudadanos (Page, Shapiro y Dempsey 1987).

Electores racionales son capaces de comparar distintas opciones y apoyar al candidato que les proporciona mayor utilidad. Este supuesto halla su base teórica en la hipótesis de la responsabilidad. Según esta hipótesis, los ciudadanos responsabilizan al presidente por la situación económica del país, entre otros indicadores que consideran resultado de decisiones tomadas por los políticos y los altos cargos del gobierno (Bosch, Díaz y Riba 1999). En este sentido, los electores perciben las encuestas de opinión como una especie de plebiscito que, con cierta frecuencia, les permite premiar o castigar al gobierno. Sin embargo, es necesario advertir que las respuestas de encuesta responden a emociones primarias del momento, mientras que el voto en elecciones es un acto más responsable y premeditado, sin omitir que puede estar mediado por la acción de los partidos y las redes clientelares. Como lo caricaturizan Paldam y Nannestad (1994, 229): “hay una diferencia entre echar una pataleta y echarlos a patadas”.¹

¹ Traducción propia. El texto original dice: “There is a difference between kicking out the rascals and just kicking them”.

Aunque autores como Bourdieu (1990) niegan que los políticos actúen en función de los sondeos de opinión, existe evidencia acerca de la influencia de la opinión pública en la elaboración de políticas públicas, así como de otros efectos nada despreciables que tienen los resultados de las encuestas en la actividad política y de gobierno (Page, Shapiro y Dempsey 1987). Si bien los sondeos de opinión pública no definen el estado real de lo que piensa y siente toda la población de un país, contribuyen a la construcción de problemas y relatos explicadores (Martini 2012). En su campaña permanente por consolidar su poder, un nivel alto de popularidad en las encuestas se convierte en capital político, brindándole al presidente facilidades para llevar a cabo su agenda, influir en el congreso y concretar alianzas con otras fuerzas políticas (Baker y Oneal 2001; Canel 2009).

En el escenario político latinoamericano ha cobrado especial relevancia el estudio del área de la opinión pública que se refiere a la popularidad de los presidentes y a la evaluación de su gestión. Esto se debe a la reciente proliferación de presidentes con alta popularidad como Hugo Chávez, Álvaro Uribe, Evo Morales y Rafael Correa, que han logrado sostener durante años un nivel de aprobación superior a 50%. Si bien siguen una lógica distinta, las encuestas pueden tener consecuencias similares a las de los comicios electorales: dotar a un político de un referente para decir que cuenta con el apoyo de la mayoría. Entre otros usos políticos, los niveles de aprobación presidencial pueden utilizarse como indicador de la habilidad del presidente para gobernar (Baker y Oneal 2001) y como justificación para pasar por alto principios e instituciones de la democracia liberal, rediseñando la trama de relaciones entre los poderes públicos y entre las fuerzas políticas (Ortiz y García 2014).

Los sondeos de aprobación presidencial son un artefacto diseñado para medir el consenso y la controversia existente entre los ciudadanos acerca de la gestión del Ejecutivo. En EEUU, la encuestadora fundada por George Gallup empezó a aplicar este tipo de sondeos desde los años treinta del siglo XX. El primer patrón que se descubrió, aunque parezca obvio, es que los resultados varían de una encuesta a otra y, más aún, de un gobierno a otro. Estas variaciones y tendencias fueron despertando la curiosidad académica, dando origen a distintas “escuelas de pensamiento” que pretenden explicar el comportamiento de la aprobación presidencial (Baker y Oneal 2001, 663).

Las investigaciones sobre las causas de la aprobación presidencial parten de preguntarse cuáles son los factores o temas centrales para el público evaluador (Page, Shapiro y Dempsey 1987). Al respecto, se consideró necesaria una mirada a los factores que se han contemplado en la literatura sobre el tema. En las siguientes líneas se hablará, en primer lugar, sobre el desgaste que en teoría se produce por el paso del tiempo. En un segundo acápite, subdividido en cuatro tópicos, se exponen los “estímulos ambientales” (economía, relaciones internacionales, escándalos y guerras). Para finalizar, en el tercer acápite se tratan las variables actitudinales, relacionadas inherentemente con la persona del presidente, su carácter y su vida privada.

1. El ciclo electoral y el efecto luna de miel

Conceptos como coalición de las minorías y luna de miel provienen de los primeros intentos de explicar el comportamiento de la aprobación presidencial. Según Mueller (1970), cada acción del presidente corre el riesgo de disgustar a una parte de la coalición que lo llevó al poder. Llegado un punto del tiempo, la opinión pública se verá más influenciada por las críticas opositoras que por el gobierno (Mueller 1970; Lanoue 1989; Uribe 2013). Esto significa, entonces, que la aprobación presidencial tiende a seguir un comportamiento cíclico: inicia con niveles relativamente altos y sufre un descenso lineal a lo largo del mandato. Si bien es posible que se presente un aumento en la popularidad del presidente en el año electoral, puesto que vuelve a las tarimas ya sea a buscar la reelección o a defender su legado, este incremento tiende a ser leve por la porción del público que se ha decepcionado (Stimson 1976).

El comportamiento cíclico de la aprobación presidencial es explicado por las dinámicas de la competencia democrática y por los distintos estados psicológicos que abordan al público bajo este régimen. Los cambios de gobierno, así como las asambleas constituyentes, suelen darse en medio de un optimismo generalizado. Cada mandato inicia con un público que tiene expectativas demasiado altas y hasta irreales sobre lo que logrará el nuevo presidente. En palabras de MacKuen (1983), el público estadounidense espera que el presidente sea un nuevo Washington o un nuevo Lincoln, pero el flujo de evidencias va demostrando que esto no es así y que se le dificulta poner las cosas en orden. El período inicial de optimismo generalizado y alta aprobación presidencial es lo que en la literatura se ha denominado efecto luna de miel (Bosch, Díaz y Riba 1999; Canel 2009). La variable con la que los autores se refieren al paso

del tiempo y su impacto negativo sobre la aprobación presidencial ha sido denominada coalición de las minorías, costo de gobernar o desgaste del gobierno (Bosch, Díaz y Riba 1999).

Desde la década de 1980, varios autores han cuestionado la teoría del ciclo electoral como herramienta para la interpretación de la popularidad de los presidentes (Canel 2009). Efectivamente, no hace falta un modelo técnicamente sofisticado para demostrar que los dos períodos de gobierno de Álvaro Uribe Vélez contradicen el supuesto del descenso lineal de la popularidad, siendo más alta la aprobación en el intermedio y al final del mandato que al inicio del mismo (ver Figura 2.1 en la página 35). En términos teóricos, estos comportamientos excepcionales de la aprobación presidencial resultan muy interesantes al hacer falseable la regularidad del ciclo electoral, conduciendo la investigación hacia otros factores explicativos.

La teoría del ciclo electoral y el efecto “luna de miel” constituyen un punto de partida necesario pero no suficiente para la explicación de la aprobación presidencial. Ante todo, se debe evitar caer en un determinismo del tiempo *per sé* y preguntarse también por lo que efectivamente sucede mientras el tiempo transcurre. Se hace necesario entonces recurrir a otros factores y complejizar la explicación de las trayectorias de popularidad, sobre todo ante la existencia de casos excepcionales como los ya mencionados presidentes suramericanos y el destacable ejemplo de Vladimir Putin en sus distintos períodos al mando de la Federación Rusa, según resultados de la firma Levada (ACOP 2016). Es en este punto donde entran a jugar los estímulos ambientales que se abordan en el siguiente acápite.

2. Los estímulos ambientales: economía, relaciones internacionales, escándalos y guerra

De acuerdo con el enfoque de los estímulos ambientales, los presidentes son evaluados según sus habilidades para satisfacer las expectativas y los deseos del público en las esferas doméstica e internacional. Las investigaciones de este tipo han abordado principalmente cuatro temas que pueden influir en el comportamiento de la aprobación presidencial: la economía, las relaciones internacionales, los escándalos y la guerra. En todas y cada una de estas áreas se producen situaciones en las que los presidentes se ven directamente implicados y problemas que el público espera que resuelvan. Los investigadores han atendido otros temas como las políticas de educación o el control de la corrupción, pero en menor medida (Baker y

Oneal 2001). Por cuestiones de espacio y pertinencia este acápite sólo abarca los cuatro tópicos ya mencionados.

2.1. Economía: la teoría del voto económico

La teoría del voto económico establece que los públicos obedecen a los resultados pasados o previstos de la economía, suponiendo que responsabilizan al presidente por dichos resultados. Algunos autores han radicalizado esta postura y han llegado a decir que la economía decide la suerte de los políticos (Norpoth 1984). En los años noventa, los estrategas de campaña de Bill Clinton hicieron famosa la frase “Es la economía, estúpido”, enfatizando que la aprobación presidencial y las intenciones de voto dependen del estado de la economía (Ortiz y García 2014, 374).

Como lo señala McAvoy (2006), el impacto de la economía en la aprobación presidencial es constante a lo largo del tiempo. En este aspecto, se diferencia de estímulos ambientales como la guerra y las crisis internacionales que toman importancia en algunos momentos específicos y luego la van perdiendo. Además, como lo señala Romero (2013), la economía es *el* tema que puede afectar directamente la vida cotidiana de todos los ciudadanos. En este punto, la pregunta clave es: ¿qué aspectos de la gestión del presidente en economía son los que afectan la percepción de los ciudadanos?

Los modelos estadísticos estándar sobre la aprobación presidencial se han fijado en la inflación y el desempleo (Arce 2003). Autores como Romero (2013) argumentan que las alzas en los precios de los productos y las dificultades para encontrar empleo son la base sobre la que los ciudadanos definen su percepción del estado de la economía. En un trabajo de reciente publicación, Berlemann y Enkelmann (2014) se dieron a la tarea de realizar un estado del arte sobre los determinantes económicos de la aprobación presidencial. Estos autores no desestiman el potencial explicativo de la inflación y el desempleo, sobre todo en estudios de largo plazo. Sin embargo, llaman la atención sobre otros posibles referentes empíricos como la brecha de ingreso, el balance exportaciones-importaciones y el gasto en defensa, cuyos efectos han sido descuidados y todavía no se ha llegado a ninguna conclusión certera sobre los mismos.

Además del cuestionamiento sobre los factores económicos que afectan la evaluación de la gestión presidencial, en la literatura se debate entre los defensores de la dimensión retrospectiva y los de la dimensión prospectiva de la evaluación. El primer grupo de autores señala que cuando el público evalúa el desempeño de un presidente, ya sea en un tema específico o en general, piensan en lo que se ha hecho y no en lo que vendrá (Norpoth 1996; King 1999). Por el otro lado, hay quienes argumentan que el público puede hacer una buena evaluación de un mal desempeño del gobierno en economía. Lo anterior se explica porque las estrategias discursivas del presidente logran que prime la dimensión prospectiva y el optimismo de los ciudadanos con respecto al porvenir. Sin embargo, estos mismos autores reconocen que las expectativas del público son muy difíciles de asir en un modelo como los que suelen usarse en las investigaciones sobre aprobación presidencial (Clarke, Rapkin y Stewart 1994; Stokes 2001). Como se verá más adelante, un estudio de este tipo marcaría un viraje hacia el análisis de la retórica y el carácter/personalidad del presidente.

Se podría concluir que la literatura sobre los determinantes económicos de la aprobación presidencial contiene varias discusiones abiertas. Además, tal como sucede con la teoría del ciclo electoral, la teoría del voto económico está expuesta a múltiples factores que pueden desactivarla y producir situaciones excepcionales, por ejemplo, la distribución de bonos estatales en una situación en la que tanto la inflación como el desempleo están aumentando (Apablaza 2009; Ferreira y Naruhiko 2013; Ortiz y García 2014). En definitiva, no hay un acuerdo generalizado sobre los referentes empíricos o la dimensión (retrospectiva/prospectiva) que más influye en las opiniones de aprobación presidencial. Sin embargo, existe consenso acerca de la relevancia de la economía como estímulo ambiental, imposible de omitir en los intentos de explicar la popularidad, incluso cuando éstos se basan en otro tipo de variables (violencia política, escándalos, etc.).

Como experiencia empírica, la trayectoria de popularidad de Ronald Reagan se constituyó como el ejemplo paradigmático de la teoría del voto económico. El nivel de aprobación de este presidente alcanzó su fondo de 35% a finales de 1982, cuando EEUU enfrentaba una grave recesión. A finales de 1983, después de una rápida recuperación económica, la popularidad de Reagan se fue incrementando hasta superar un 50% del que nunca volvió a descender hasta el estallido del escándalo Irán-Contra (Norpoth 1984; Lanoue 1989). En América Latina, por su parte, ha habido presidentes que conservan su popularidad en medio

de una situación económica hostil. Tal fue el caso de Hugo Chávez en Venezuela, quien tenía en 2011 una popularidad de 60%, a pesar de encontrarse la inflación en 28%. Otro ejemplo lo constituye la chilena Michelle Bachelet, cuya aprobación aumentaba mensualmente mientras Chile enfrentaba una crisis inflacionaria originada en 2008. Sin embargo, estos dos casos no contrarían por completo la teoría del voto económico: tanto Chávez como Bachelet resolvieron las inquietudes de su población con programas de bonos selectivos y asistencia social, que paliaron los efectos de los procesos macroeconómicos (Ortiz y García 2014; Apablaza 2009).

2.2. Relaciones internacionales: el efecto de reacción patriótica

Mueller (1970) fue el primero en operacionalizar en un modelo de aprobación presidencial el concepto de *rally round the flag*, el cual se traduce al castellano como reacción patriótica (Bosch, Díaz y Riba 1999). Según Mueller (1970), un evento de reacción patriótica es aquel que: 1) es de naturaleza internacional; 2) involucra directamente al país y al presidente; 3) es específico, dramático y muy acotado. Desde entonces, se estableció que los eventos de reacción patriótica tienen la capacidad de unir a la población alrededor de su presidente. Los problemas domésticos, en contraste, tienden más a exacerbar las divisiones internas (Baker y Oneal 2001).

Mueller (1970) estableció cinco categorías de evento de reacción patriótica: 1) Intervención militar; 2) Acciones diplomáticas de gran envergadura, como el anuncio de la doctrina Truman; 3) Desarrollos tecnológicos “dramáticos”, como el lanzamiento del Sputnik; 4) Cumbres de gobernantes; 5) Victorias o derrotas en guerras que ya estaban en marcha. Estos eventos pueden ser vistos como resultados positivos o negativos del gobierno, y si son lo suficientemente específicos y dramáticos causan una variación en la aprobación presidencial (Hetherington y Nelson 2003). Los atentados del 9/11 en Nueva York y Washington D.C. y la consecuente declaración de la Guerra contra el Terrorismo constituyen un “ejemplo de manual” en los estudios sobre eventos de reacción patriótica y aprobación presidencial (Norman 2012). Según datos de Gallup, la popularidad de George W. Bush se incrementó de 51% en septiembre 10 de 2001 a 86% en septiembre 15 del mismo año, convirtiendo al 9/11 en el mayor evento de reacción patriótica del que se tenga registro en EEUU (Baum 2002).

Aunque pueden conllevar significativos incrementos en la aprobación presidencial, se considera que el efecto de los eventos de reacción patriótica es de corta duración. Para algunos autores, el rápido desvanecimiento del efecto de reacción patriótica se explica por sí solo: al cimentarse sobre una situación extraordinaria, empieza a desactivarse a medida que pasa la conmoción generada por la crisis (Bennett, 2014). Por otro lado, algunos estudios afirman que existen factores específicos de cada contexto que contribuyen en este desvanecimiento. Al respecto, Kam y Ramos (2008) señalan que las críticas del Partido Demócrata fueron cruciales en la reducción de la popularidad de Bush. Fox (2009), por su parte, argumenta que este efecto de reacción patriótica decayó por el aumento de las bajas estadounidenses en las guerras de Afganistán e Irak y por el lento crecimiento de la economía. En síntesis, está demostrado que los eventos de reacción patriótica pueden tener una influencia significativa en la aprobación presidencial, pero también existe consenso acerca de la corta duración de su impacto. Lo anterior significa que, si bien es importante tener en cuenta las relaciones internacionales, difícilmente se podría explicar una popularidad alta y permanente basándose exclusivamente en eventos de reacción patriótica.

2.3. Escándalos

En su artículo sobre la dinámica de la popularidad presidencial, MacKuen (1983) afirma: “el público quiere pan y circo, y quiere ambas cosas con la misma intensidad”. Con “circo” alude específicamente a los elementos más simbólicos y emocionales de la política: importa lo que el presidente hace (su gestión), pero puede importar más el dramatismo con el que lo presenta. MacKuen (1983) ve la política como un teatro, al que el público acude como espectador. En este teatro, hay personajes y escenas que pueden despertar alegría, enojo, miedo, desilusión, etc.

La política implica las pasiones humanas (Maquiavelo 1998) y los presidentes llegan a afectar la existencia misma de los ciudadanos por las emociones que despiertan en ellos (MacKuen 1983). Estas escenas se desarrollan en el marco de un interminable drama del que los ciudadanos se enteran a través de los medios de comunicación y la conversación persona a persona. Entre los eventos del drama político que implican mayor peligro para la popularidad de un presidente se encuentran los escándalos. Estos eventos pueden despertar emociones de desilusión y enfado lo suficientemente poderosas como para derribar a todo un gobierno en un efecto dominó. Al respecto, el ejemplo paradigmático es el escándalo Watergate, que tuvo

efectos nefastos para la presidencia de Richard Nixon. A pesar de que este presidente encabezó logros como el establecimiento de relaciones con China, la reducción de tensiones con la Unión Soviética y el alunizaje del Apolo 11, nunca pudo rehabilitar por completo su imagen después del Watergate (MacKuen 1983).

MacKuen (1983) afirma que el impacto de un escándalo como Watergate puede observarse en el corto plazo, cuando el público recién se entera de lo que ha sucedido, pero se va incrementando en el largo plazo, cuando aumentan las revelaciones, las investigaciones y los señalamientos sobre el caso. Así, MacKuen (1983) calcula que Watergate le quitó a Nixon casi un punto porcentual de popularidad al mes, entre el verano de 1972 y el de 1974. Cuando Nixon finalmente se vio forzado a dimitir ante la inminencia de un juicio político, su nivel de aprobación en los sondeos Gallup se encontraba por debajo del 30%, puntajes que aún siguen figurando entre los más bajos que se han registrado en EEUU.

Existen también experiencias empíricas de escándalos que corresponden a la esfera de las relaciones internacionales y que generan un profundo impacto negativo sobre la popularidad de los presidentes. Las revelaciones sobre el caso Irán-Contra comenzaron en noviembre de 1986, siendo Ronald Reagan el presidente de EEUU desde 1981. El trato gestionado por el gobierno federal consistía en venderle armas a Irán para financiar a la Contra, una guerrilla anticomunista de Nicaragua. Parece una transacción habitual del manejo geopolítico estadounidense, pero Irán era oficialmente un enemigo del país y de su aliado Irak. Por otro lado, la derrota en Vietnam había dejado a la opinión pública estadounidense con una profunda aversión hacia el intervencionismo militar en el llamado “Tercer Mundo”. Estos factores provocaron un rechazo a Reagan inmediatamente después de la revelación del trato, gestionado por los asesores Oliver North y Robert McFarlane. El empeño de Reagan en indultar a McFarlane no hizo más que agravar la crisis de popularidad. La alta aprobación de la que solía gozar este presidente (superior al 60%), nuevamente descendió por debajo del 50% y no se volvió a recuperar sino hasta el final del mandato. La popularidad de Reagan, a diferencia de la de Nixon, sobrevivió al escándalo Irán-Contra porque este presidente lideró una recuperación económica y tuvo unos mandatos llenos de eventos personales e internacionales que le dejaban réditos de aprobación en la opinión pública, como los relacionados con el fin de la Guerra Fría (Edwards III 1997; Lanoue 1989).

El escándalo Lewinsky que afectó a Bill Clinton provocó una proliferación de estudios sobre los temas de la “integridad moral” y la vida privada y su importancia en la política y en la popularidad de los presidentes. Desde aquel incidente, las encuestadoras estadounidenses preguntan con frecuencia a los públicos si consideran que el presidente es “honesto”, “moral”, “decente”, etc. El escándalo Lewinsky salió a la luz pública en 1998, recibiendo también los títulos de “Sexgate” o “Monicagate”, continuando con la terminación –gate que se hizo popular desde el escándalo de Nixon. La secuencia de hechos comenzó con el surgimiento a la luz pública de la relación extra-marital que había existido entre el presidente Bill Clinton y Monica Lewinsky, empleada de la Casa Blanca, escalando hasta un juicio político que pudo haber llevado a la interrupción del gobierno. Aun así, Clinton terminó el período para el que fue (re)elegido y dejó el cargo con un nivel de aprobación de 67%, el más alto que haya obtenido un presidente saliente en EEUU.

El desenlace del escándalo Lewinsky llevó a pensar que a la opinión pública estadounidense ya no le importaba la vida sexual y privada del presidente. El público consideraba que Clinton era un administrador competente, que había tenido un buen desempeño en economía, y a simple vista parecía que estos factores habían bastado para contrarrestar por completo los efectos negativos del escándalo Lewinsky. Autores como Greene (2001) y Newman (2003) investigaron más a fondo el fenómeno y concluyeron que, si bien la economía fue el principal criterio de evaluación durante la administración Clinton, las bajas mediciones de integridad moral efectivamente impedían que este presidente fuera incluso más popular. Muchos estadounidenses no consideraban a Clinton una persona moralmente íntegra y esto reducía las probabilidades que tenían de aprobarlo como presidente. Estos planteamientos llevan a pensar que un “Sexgate” en circunstancias económicas e internacionales menos favorables para el presidente podría desencadenar un desastre para su popularidad.

En el ámbito latinoamericano es de destacar el trabajo de Pérez-Liñán (2009) sobre el efecto negativo de los escándalos en la aprobación presidencial. Este autor se introduce en la lógica del periodismo investigativo y piensa el escenario de los escándalos desde la perspectiva de las personas que trabajan en los medios de comunicación. Los periodistas -como el público en general- pueden ignorar las primeras acusaciones que llegan a las salas de redacción. Pero cuando el gobierno se empieza a ver débil y rodeado de escándalos, los consumidores de medios están ávidos de críticas, los funcionarios se sienten tentados a filtrar información

delicada y los periodistas están más prestos a publicar crónicas controvertidas. Se da un efecto de bola de nieve: a medida que aumentan los episodios de corrupción y abuso del poder revelados por los medios, más popularidad pierde el gobierno, y cuanto menos popularidad tiene el gobierno mayor es la atención de la prensa a sus escándalos. Si bien Pérez-Liñán reconoce la posibilidad de que una buena gestión económica inmune a los presidentes frente a los escándalos, su estudio concluye que una acumulación de escándalos generalmente tiene efectos negativos en la aprobación presidencial y puede generar la presión necesaria para llevar a la interrupción del mandato, como en los casos de Fernando Collor de Mello en Brasil y Abdalá Bucaram en Ecuador (Pérez-Liñán 2009).

Como se ha podido comprobar hasta ahora, los escándalos generalmente ejercen un efecto negativo en la aprobación presidencial. El efecto se agrava con el número de escándalos y puede ser fatal para el gobierno si se junta con los signos de un deterioro económico. En estos casos extremos se han articulado sociedad civil, medios de comunicación e instituciones como el congreso para dar por terminado el mandato presidencial. “La desilusión es una fuerza peligrosa para la Casa Blanca”, advierte Edwards III (1997, 120).² Para los ciudadanos, la política es una serie de imágenes en la mente, y la imagen de un escándalo puede despertar tal sentimiento de indignación que la aprobación presidencial puede quedar maltrecha por el resto del mandato. Por esta razón, los escándalos por corrupción y abuso del poder que involucran al presidente, sus colaboradores más cercanos y sus familiares, son un elemento que en este estudio se tiene en cuenta como estímulo ambiental.

2.4. Guerra y terrorismo

El cuarto tipo de estímulo ambiental considerado aquí es la guerra. Al igual que los escándalos, las guerras tienen la capacidad de afectar emocionalmente al público de múltiples maneras. En la bibliografía se suele hablar de una economía de la guerra, es decir, una lectura de los conflictos bélicos en términos de costo-beneficio. Los costos vendrían a ser las bajas propias, los territorios perdidos, etc. Los beneficios o resultados favorables para el gobierno serían las bajas enemigas y los territorios ocupados por el propio bando. Teniendo en cuenta que el presidente es el comandante en jefe de las Fuerzas Armadas, los resultados que se obtienen en los conflictos bélicos deberían afectar el grado de confianza que sus ciudadanos le depositan y la percepción que tienen sobre su desempeño (Fox 2009).

² Traducción propia. El texto original dice: “Desillusionment is a dangerous force for the White House”.

Siguiendo una lógica de costo-beneficio, los públicos tenderían a preferir y a premiar las intervenciones militares de corta duración, con un bajo costo en víctimas y que concluyen en clara victoria. Al respecto, el ejemplo paradigmático en la bibliografía es la Guerra del Golfo encabezada por George H. W. Bush entre 1990 y 1991. La popularidad de Bush (padre) se mantuvo por encima de 70% en los primeros meses de 1991, acercándose a 90% en el mes de marzo, inmediatamente después de que un derrotado Saddam Hussein retirara sus tropas de Kuwait. La invasión y posterior ocupación de Irak liderada por Bush (hijo), en cambio, se prolongó mucho más de lo esperado, generó un alto costo en víctimas y si bien llevó a derrocar a Hussein, aún se discute si esta guerra realmente concluyó en una victoria para EEUU. Por esta razón, Fox (2009) señala que George W. Bush fue perdiendo paulatinamente los niveles de aprobación que alcanzó cuando declaró la Guerra contra el Terrorismo, quedando con una trayectoria de popularidad curvilínea, que alcanzó un pico y siguió camino al descenso.

En sus inicios, las guerras difícilmente tienen un impacto negativo en la popularidad de los mandatarios. Al contrario, las declaraciones de guerra tienden a despertar sentimientos de patriotismo y se convierten en un firme llamado a la unidad de los ciudadanos en torno a su líder, es decir, son un tipo específico de evento de reacción patriótica. Incluso se discute la posibilidad de que algunos presidentes estadounidenses hayan usado la fuerza militar simplemente para elevar su popularidad, una estrategia que la bibliografía denomina “uso distractor de la fuerza” (*diversionary use of force*) (Burbach 1994; DeRouen 2000; Meernik y Waterman 1996).

En sus inicios, una guerra puede llegar a ser muy provechosa para la popularidad del presidente. El impacto negativo aparece y empieza a aumentar cuando la guerra se prolonga y se incrementan las bajas, lo que en la literatura se conoce como el efecto del costo en víctimas (*war casualty cost effect*), una especie de castigo del público al presidente por las personas que envía a morir en las intervenciones militares (Adams 1975; Fox 2009). Al impacto negativo del costo en vidas humanas que reportan las guerras, Geys (2009) agrega la preocupación del público por la carga financiera que implican. Geys (2009) asegura que la inmensa mayoría del público no conoce las cifras exactas de vidas y dinero que se pierden en un conflicto bélico, pero tiene una imagen aproximada que se va formando por el consumo de medios de comunicación y la conversación interpersonal. Reconoce que en algunas ocasiones

los medios pueden engañar al público y disfrazar las derrotas de victorias, pero esta manipulación de la información tiene sus límites: cientos de funerales de soldados en todo el territorio estadounidense son algo difícil de ocultar. Así mismo, excluyendo algunas operaciones secretas, el presupuesto destinado en EEUU a defensa e intervenciones militares tiende a hacerse público por las características del interjuego entre poderes estatales, partidos, medios de comunicación y grupos de presión que se vigilan unos a otros. Por ello, Geys (2009) argumenta que los ciudadanos disponen de la información suficiente sobre lo que sucede y lo que se gasta en los frentes de batalla, y en función de la misma premian o castigan al presidente.

Hasta este punto se ha hablado sobre EEUU y su historia de guerras e intervenciones militares en territorio extranjero. Pero Mueller (2003) también llama la atención sobre otro tipo de conflictos bélicos que pueden imponer su sello sobre las tendencias de la opinión pública y la aprobación presidencial. Este concepto ampliado de guerra incluye los procesos de violencia política y/o de lucha contra el crimen que tienen lugar en algunos países en desarrollo. En estas circunstancias, el bando insurgente o delincuente puede tener la fuerza y la organización suficientes como para mantener una guerra contra el Estado, con todo lo que ello implica en costos económicos, humanos y en la confianza que los ciudadanos depositan en el gobierno y las demás instituciones.

Muchos países han experimentado los procesos de guerra interna que Mueller describe. Aquí se revisan cuatro casos, cada uno con sus propios matices: uno de violencia política (Perú), un caso de lucha contra el crimen (México) y dos de conflicto étnico y amenaza terrorista (Turquía e Israel). En estos países hay o ha habido una situación de guerra, dentro del concepto de guerra estirado por Mueller (2003). Sin embargo, el drama y la violencia de la confrontación no han impedido que en estos lugares se realicen sondeos de opinión. Esto ha permitido que los investigadores indaguen sobre los efectos de estas guerras en la política y la opinión pública.

El proceso peruano se vio marcado por la acción subversiva de los grupos Sendero Luminoso y Movimiento Revolucionario Tupac Amarú. Arce (2003) argumenta que los niveles más altos de violencia política propiciados por el accionar de estos grupos impulsaban el apoyo a políticos de “línea dura”, quienes eran vistos como los que mejor podían lidiar con este

problema. Su estudio se fijó en las muertes y las pérdidas materiales causadas por la violencia política y explicó el éxito electoral de Alberto Fujimori a partir de sus medidas contrainsurgentes. Arce (2003) defendió esta conclusión en un debate con Weyland (2000), quien consideraba que la política contrainsurgente no tuvo un impacto significativo y que la popularidad de Fujimori obedeció a sus resultados en la gestión de la economía, como el control de la inflación. Sin embargo, años más tarde Arce y Carrión (2010) realizaron un estudio con un período de investigación hasta 2008 y obtuvieron resultados más cercanos a la teoría del voto económico de los que Arce (2003) inicialmente planteó.

Romero (2013; 2014) aborda la experiencia mexicana basado en información de encuestas del *Latin American Public Opinion Project* (LAPOP) y argumenta que la evaluación del desempeño del gobierno en materia de orden público tiene una influencia significativa en la aprobación presidencial. Según sus estudios sobre el comportamiento de la popularidad de Felipe Calderón, los encuestados que afirmaban estar de acuerdo con la política de lucha contra el crimen y que aprobaban el desempeño del presidente en materia de seguridad, también tendían a aprobar su gestión en general. Para Romero, en México y países en similar situación puede ser más relevante el tema de orden público que el de la economía, ya que la inseguridad no afecta a toda la población pero tiene la capacidad de atemorizarla.

En el caso de Turquía, Kibris (2011) define el costo de la guerra a partir del número de soldados turcos muertos a manos del grupo insurgente kurdo *Partiya Karkerên Kurdistan* (PKK). Kibris afirma que las acciones del PKK contra la vida de estos soldados terminan favoreciendo a los partidos de derecha, que son los menos dispuestos a hacerle concesiones a la organización kurda. Observando este efecto desde una perspectiva subnacional, Kibris (2011) concluye que los distritos en los que se entierran más soldados son los que más se inclinan hacia este tipo de líderes, quienes aprovechan los funerales para sus manifestaciones nacionalistas. El terrorismo, concluye Kibris (2011), no es una vía efectiva de coerción en Turquía, porque no logra que las opiniones y las intenciones de voto de la población favorezcan sus demandas, sino que termina consiguiendo el efecto contrario.

Para el caso de Israel, Berrebi y Klor (2008) se fijan únicamente en las víctimas civiles del terrorismo y llegan a una conclusión un poco más compleja que la de Kibris (2011). Ellos dividen a Israel en dos tipos de localidades: las que tienden a apoyar la negociación con la

insurgencia palestina, y las que tienden a preferir la confrontación armada. Los atentados terroristas, sobre todo cuando tienen lugar en períodos pre-electorales, provocan la radicalización de la polarización negociación/confrontación. En las localidades que tienden a favorecer la negociación, se la apoya incluso más después un atentado terrorista. En el sentido contrario, en las localidades que se inclinan hacia la confrontación armada se observa un incremento significativo de los que prefieren esta estrategia. De esta manera, el terrorismo se convierte en una vía efectiva de coerción en Israel, pero sólo entre algunas poblaciones que ya vienen con cierta disposición a aceptar concesiones y negociaciones. En este caso, se puede decir que el terrorismo también tiene el efecto de polarizar y radicalizar las opiniones de la población afectada.

A manera de síntesis, las investigaciones muestran que las guerras tienen un costo que puede ser leído económicamente y en términos de vidas humanas. La carga financiera se ve representada en el gasto en defensa y en el costo específico de cada intervención militar. El costo en vidas humanas puede ser medido en muertes de militares, de civiles o ambas. La contraparte del costo es el beneficio o el resultado positivo de la acción militar, que debe ser rápido, contundente y de bajo costo económico y humano, de otra forma se genera un impacto negativo en la aprobación presidencial. Con respecto a los escenarios de amenaza terrorista o alteración del orden público, autores como Arce (2003) y Kibris (2011) sugieren que este tipo de contextos favorecen a los políticos de “línea dura” frente a la insurgencia, que por lo general son los que se ubican al lado derecho del espacio político.

Es importante señalar que existe una íntima relación entre los distintos tipos de estímulos ambientales, por ejemplo, una guerra puede ser al mismo tiempo una crisis internacional y marcar de cierta manera las pasiones y el drama de la política doméstica. Sobre la influencia del factor económico, se puede decir que es constante y afecta a toda la población. Los eventos de reacción patriótica, las aventuras militares y los escándalos, por su parte, pueden explicar incrementos o reducciones extraordinarias de la aprobación presidencial. Por ello, autores como Arce (2003) y Fox (2009) han incluido todos estos elementos en sus modelos explicativos, sin omitir la posible influencia del ciclo electoral y el efecto luna de miel.

3. Carácter, personalidad y habilidades del presidente como actor/comunicador

En la Suramérica de los años recientes ha habido una proliferación de presidentes populares que ha llamado la atención de los investigadores. Ante este fenómeno, gran parte de los estudiosos han retomado el concepto weberiano de carisma o han recurrido a las teorías del populismo. Sin embargo, hay otra bibliografía que señala que las explicaciones basadas en la idiosincrasia y el carácter de los presidentes como individuos son innecesarias. Aquí se exponen los dos tipos de aproximación. En primer lugar, se hablará del caso Álvaro Uribe en Colombia, abordado por Ramírez (2011) en un análisis sociológico, Molina (2011) desde el psicoanálisis y Uribe (2013) desde la comunicación social. En segundo lugar, se menciona la experiencia ecuatoriana con Rafael Correa a través de la mirada de Conaghan y De la Torre (2008) y Mejía (2012). Posteriormente se aborda el caso del venezolano Hugo Chávez a la luz de Corrales (2006). Acto seguido, se presenta un análisis comparativo desde la ciencia política, que incluye todos los casos anteriores y otros correspondientes a 16 países de América Latina (Ortiz y García 2014). Para finalizar el acápite y dejar abierto el debate, en último lugar se presentan los trabajos de Lanoue (1989) y Ferreira y Naruhiko (2013), quienes restan importancia a las variables actitudinales en el análisis de la aprobación presidencial y señalan que las explicaciones deben basarse en los factores ambientales.

En el caso de Colombia se ha recurrido a factores discursivos y del carácter del presidente para explicar los altos niveles de popularidad que sostuvo Álvaro Uribe durante sus dos administraciones (2002-2006, 2006-2010). Ramírez (2011), en un análisis sociológico basado en los tipos ideales de dominación de Max Weber (1964), define a Uribe como un líder carismático que gobernó en el marco de un orden legal-racional. Este fenómeno carismático surgió en un momento crítico en los temas de economía y orden público y confirmó su carácter extraordinario y revolucionario cuando detonó el sistema de partidos colombiano y llegó a la presidencia sin ser liberal ni conservador. De igual manera, fue un elemento revolucionario por las reformas constitucionales que introdujo, algunas de ellas para obtener más poder y rango de acción como la posibilidad de aspirar a la reelección en un país que llevaba casi 50 años cambiando de presidente cada cuatro. Para Ramírez (2011), el sello distintivo del período Uribe fue la tensa convivencia entre el carisma personal del presidente y el contexto de dominación legal-racional que lo rodeaba y lo contrarrestaba.

Molina (2011), desde el psicoanálisis, argumenta que gran parte de la población colombiana se sintió atraída por el carácter agresivo de Uribe y su “(auto) representación” como hombre trabajador y religioso, reforzada además por el imaginario que se tiene en Colombia con respecto a los antioqueños. La adhesión de una amplia mayoría de colombianos se habría logrado articulando las dimensiones del Uribe combatiente y de discurso polarizador, el Uribe trabajador y campesino que usaba poncho y sombrero y hablaba con refranes de la imaginaria popular y el Uribe creyente, que le pedía a Dios energía, que llamaba a orar en los consejos comunitarios, que rezaba por sus soldados, que peregrinaba a los más importantes santuarios del país y que participaba activamente en procesiones como la de Popayán (Molina 2011).

Uribe (2013), desde su visión de comunicadora, explica la popularidad de Álvaro Uribe a partir de su estrategia discursiva antagonista, polarizadora y marcadamente nacionalista. En este sentido, Uribe ligó a todos sus críticos a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en su proceso de creación de un enemigo único. Adicionalmente, este presidente contaba con un *talk show* con gabinete viajero en el que hacía las veces de presentador.³ El manejo que hizo de la televisión quizá no convenció a ninguno de sus opositores más acérrimos, pero seguramente modificó drásticamente las opiniones de muchos “votantes indecisos”. Con respecto a las bajas sufridas en la guerra el expresidente habría adoptado una doble interpretación: triunfo incuestionable cuando se trataba de la neutralización de un miembro del Secretariado de las FARC, ataques de un “enemigo pavoroso” cuando las bajas las sufría la Fuerza Pública.⁴

Uribe (2013) afirma que la comunicación no es sólo informar sobre hechos sino también generar los hechos. En este sentido, no descarta que tanto Uribe como Santos hayan realizado ataques militares con el objetivo de mandarle un mensaje a la opinión pública y a las FARC. De tal manera, Uribe (2013) también se inscribe en la literatura de las aventuras militares y el uso distractor de la fuerza (Burbach 1994; Meernik y Waterman 1996; DeRouen 2000), pero desde el crisol de la comunicación social. A su parecer, a Santos lo diferenció su estrategia comunicacional: no supo explicar por qué había decidido negociar con el “enemigo pavoroso”

³ Un *talk show* es un programa televisivo de entrevistas, debate o tertulia.

⁴ El pionero del formato *talk show* con gabinete viajero en Suramérica fue Hugo Chávez con “Aló, Presidente”. Este tipo de programa tiene como protagonistas al presidente y a sus ministros, que se dirigen semanalmente a un lugar distinto del territorio nacional. El recorrido incluye pueblos pequeños y áreas rurales donde la visita de un presidente es percibida como un espectáculo emocionante, con la apariencia de un festival o un evento cultural (Conaghan y De la Torre, 2008).

cuando éste parecía derrotado, ni por qué seguía habiendo violencia armada cuando él hablaba de negociar la paz. Además, no hubo nada que reemplazara el ambiente triunfalista que se difundía cuando se le daba resonancia mediática a una operación militar, específicamente a la Operación Jaque y a aquellas que condujeron a bajas del Secretariado de las FARC (Uribe 2013).

Respecto a la experiencia venezolana con Hugo Chávez, Corrales (2006) comenta que este presidente llegó en un momento de crisis económica y política y se ofreció como alternativa a los partidos tradicionales. Ya como presidente, logró influir en el diseño de la Constitución de 1999 que redujo el parlamento de bicameral a unicameral, con un sistema de votos arreglado para que la mayoría quedara sobre-representada, lo que finalmente incrementó su poder y la importancia de su papel como presidente de la república. Con el tiempo, Chávez fue descubriendo que atacar a EEUU y a los propietarios de tierras y otros medios de producción era un riesgo bajo con altos retornos en apoyo popular, y explotó dicho recurso hasta sus últimos días. Su retórica inclusiva y a favor de un ideal de justicia social se corroboraba con un oneroso gasto público, aprovechando los altos precios del petróleo en un momento en el que el 60% de los hogares venezolanos se hallaba en la pobreza. Así, según Corrales (2006), la popularidad de Chávez fue resultado de un diseño constitucional que desde el principio lo privilegió, de un discurso polarizador que unió y distrajo a su amplia coalición, y de sus políticas de redistribución selectiva de la riqueza que soslayaban dificultades económicas como una alta inflación.

En el caso de Rafael Correa, Conaghan y De la Torre (2008) apuntan a una explicación basada en múltiples factores: 1) una estrategia discursiva polarizadora y refundacional que encaja con cierta tradición populista y maniquea vigente en Ecuador, 2) el líder de la maquinaria de propaganda en campaña (Vinicio Alvarado) y todo su equipo se convirtieron en un apéndice del gobierno conocido como secretarías de comunicación, 3) el formato del gabinete viajero que se instauró con las sabatinas puso en escena la imagen de una relación más directa y afectiva entre el gobierno y la ciudadanía, específicamente en pueblos pequeños y zonas rurales, 4) las mismas sabatinas sirvieron como plataforma para emprender una guerra verbal/psicológica contra los rivales del presidente y lo convirtieron en el principal fabricante de noticias, pues sus declaraciones más polémicas tienden a publicarse en los periódicos del día siguiente, 5) adoptó la estrategia de Hugo Chávez de convocar a referendos y asambleas

constituyentes con el ánimo de obtener más poder y posibilidades de acción, lo que reafirmó su rol protagónico en la política ecuatoriana.⁵

Al igual que los trabajos anteriores, la investigación de Mejía (2012) sobre la popularidad de Rafael Correa toma distintos tipos de factores para la construcción de la explicación. Para Mejía (2012), las provocaciones e insultos emitidos en las sabatinas y otros espacios hacen parte de un discurso maniqueo. Así mismo, observa un discurso refundacional adornado con un lenguaje “ilustrado y técnico” y corroborado por logros tangibles como la estabilidad política y el desarrollo de infraestructura. Estos elementos hacen parte de una estrategia política populista que constituye la base del éxito de Correa en el plano discursivo. A esto se suma la percepción de que era un líder exterior a la política convencional y a la llamada “partidocracia”. La rebelión policial del 30S, como evento dramático, no hizo más que reforzar la imagen de un presidente “comprometido y valiente”, y varias encuestas efectivamente reportaron un aumento de su popularidad en los días posteriores al suceso. Los estímulos ambientales favorables de los que el gobierno dispuso durante varios años (estabilidad política, desarrollo económico, altos precios del petróleo), la estrategia política populista y características particulares de Correa como su edad joven y su nivel educativo elevado fueron los factores que se unieron para lograr una popularidad extraordinariamente alta.

El estudio comparativo de Ortiz y García (2014) sobre la popularidad de los presidentes de 17 países de América Latina partió del concepto de personalismo, entendido como “un estilo de gobierno centrado en el ejecutivo, que resalta las virtudes del presidente” y que crea “una conexión emocional con la ciudadanía y la capacidad del gobernante para proveer beneficios materiales a sus gobernados” (Ortiz y García 2014, 375). Los políticos personalistas se caracterizan por provenir de un partido menor de diez años, generando una imagen de exterioridad a la política convencional. Así mismo, como en la estrategia política populista de la que habla Mejía (2012), los políticos personalistas se auto-proyectan como “ceranos al pueblo” y emiten un discurso polarizador basado en una relación amigo-enemigo. Para consolidar su estilo personalista, estos gobernantes introducen reformas constitucionales que

⁵ La sabatina es una especie de versión ecuatoriana del *talk show* con gabinete viajero. Se trata de un espacio televisivo semanal en el que el presidente es el principal orador. Sus locaciones varían a lo largo de la geografía ecuatoriana y el presidente suele hablar con datos puntuales sobre la sociedad y la economía del municipio al que llega.

aumentan sus poderes y ejecutan programas de asistencia social para mantener el lazo personal-afectivo y el apoyo del público. A partir de entrevistas a expertos en las que preguntaron si los presidentes cumplen con estas características y hasta qué punto lo hacen, Ortiz y García (2014) elaboraron un índice de personalismo. Como hallazgo principal, encontraron que los presidentes más populares de la región eran justamente los que -según los expertos- encajaban mejor en el concepto de estilo de gobierno personalista. Su ranking está encabezado por Hugo Chávez, Álvaro Uribe y Rafael Correa.

Los autores hasta aquí presentados comparten su idea acerca de presidentes populares que aprovecharon este apoyo ciudadano para condicionar a su favor el diseño constitucional de sus países y a raíz de ello obtuvieron mayor poder, relevancia y réditos de popularidad. Su aprobación inicial, con la que lograron ganar elecciones y llegar a la presidencia la habrían obtenido a partir de sus habilidades como comunicadoras y oradores. Ya desde plataformas televisivas, habrían difundido un discurso polarizador y refundacional, el cual no fue exclusivo de la izquierda pues se le atribuyen las mismas características al gobierno de la Seguridad Democrática en Colombia. El formato televisivo del gabinete viajero habría contribuido además a reforzar la imagen de un gobierno “cercano al pueblo”, que coloca a sus ministros a pensar soluciones junto con los líderes de cualquier comunidad local.

Aunque todos estos trabajos son conceptualmente ricos, tienden a fijarse en los casos de los presidentes populares y olvidan la comparación con los demás, cayendo en definiciones que tal vez no estén lo suficientemente acotadas. Como afirma MacKuen (1983), parte del dramatismo de la política es que todos los presidentes electos empiezan diciendo que harán cambios radicales en el país. En las palabras de MacKuen (1983), el público espera un nuevo Washington o un nuevo Lincoln. Esto quiere decir que prácticamente no hay presidente que no llegue a palacio con un discurso refundacional. Así mismo, no hay presidente que no tenga una oposición a la que vive criticando y descalificando. Ningún político gana elecciones haciendo loas al rival, eso equivaldría a hacer campaña por él. Por lo tanto, la actividad política estaría plagada de polarizadores. De igual manera, un presidente que sabía hacer un uso extensivo de la radio y que es recordado por su “cercanía al pueblo” como Abdalá Bucaram, dejó la presidencia siendo impopular en su bastión político (Guayaquil) y mucho más en la capital de la república (Quito) (Pérez-Liñán 2009). En este sentido son estudios que,

ante el asombro que causaron los presidentes populares, se fijaron sólo en ellos y olvidaron que otros pudieron compartir esas características a las que tanto potencial le asigna.

En la bibliografía hay autores como Lanoue (1989) que afirman que el carisma, el carácter, el “atractivo personal” y variables por el estilo son inmedibles o que su uso sería, cuanto menos, riesgoso. Lanoue (1989) inicia su discusión controvirtiendo los términos “factor teflón” y “presidente de teflón” que se asignaban en los ochentas a Ronald Reagan, pues a pesar del momento de recesión económica y del escándalo Irán-Contra, este presidente abandonó la Casa Blanca con una aprobación de 63% (casi la misma que tenía cuando inició su primer mandato). El fenómeno provocaba confusión pues contradecía la teoría de la coalición de las minorías o del ciclo electoral, de tal manera que se explicaba a partir de conceptos como “carisma”, “idiosincrasia” o de las cualidades de Reagan como actor.

Lanoue (1989) propuso revisar la teoría de la coalición de las minorías, ya que a su parecer sólo se aplica a los presidentes del partido demócrata, puesto que sus coaliciones están conformadas por sectores que rápidamente empiezan a encontrar motivos para estar en desacuerdo con el gobierno (no-blancos, católicos, estadounidenses del Este y del Sur, trabajadores manuales y sindicatos). Los sectores que conforman una coalición republicana, por su parte, tienen intereses menos dispares y muchas más posibilidades de mantenerse cohesionados alrededor del presidente (blancos, protestantes, estadounidenses del Medio Oeste y el Oeste y sureños con excepción de las elecciones de 1952). De esta manera, un presidente republicano tiene mayores posibilidades de mantener un nivel alto de popularidad a lo largo de su mandato, a menos que le revelen acciones ilegales en las que ha estado directamente involucrado.

En el análisis de Lanoue (1989), el otro argumento para descartar el valor explicativo de las variables actitudinales son los eventos. Los mandatos de Reagan estuvieron llenos de eventualidades que, si bien no todas aumentaban significativamente la aprobación presidencial, al menos contribuían a que se mantuviera alta. Entre estos eventos, Lanoue (1989) menciona algunos de orden personal, como el intento de asesinato y la posterior cirugía, y otros eventos relacionados con el acercamiento a Gorbachov y a la Unión Soviética y el posterior desenlace de la Guerra Fría. Lanoue (1989) concluye que para la popularidad de un presidente son más provechosos muchos y frecuentes eventos, aunque sean de menor

importancia, que un magno evento cuya relevancia se va diluyendo con el paso de los meses. Su trabajo finaliza admitiendo que cada gobierno y cada presidente son únicos, pero que ello no es excusa para detener la búsqueda de consistencias y regularidades.

El trabajo de Ferreira y Naruhiko (2013) sobre la popularidad del brasileño Lula da Silva es destacable por las mismas razones que el de Lanoue (1989). Ferreira y Naruhiko (2013) también cuestionan el potencial explicativo de los factores retóricos y actitudinales y se enfocan en la gestión de la economía. Al respecto, argumentan que Lula da Silva se benefició de una recuperación económica que venía desde el gobierno de Fernando Henrique Cardoso. Lula da Silva continuó con la estabilización de los precios y se benefició de la bonanza de las materias primas de principios del siglo XXI, aprovechando la liquidez internacional y la alta demanda de las materias primas que Brasil exporta. Aunque en 2008 comenzó una crisis mundial de la economía que hizo que la situación brasileña ya no fuera tan favorable, Lula da Silva siguió siendo visto como un buen gerente y el público siguió valorando su desempeño económico pasado, es decir, había una evaluación retrospectiva de la economía de la que el presidente salía beneficiado e inmunizado. Además, las políticas de redistribución de la riqueza y de transferencias de dinero gobierno-población aliviaron el efecto de la crisis económica, más aún en los sectores vulnerables. En este sentido puede observarse un comportamiento de la opinión pública muy similar al de Chile o Venezuela en los mismos años (Ortiz y García 2014; Apablaza 2009; Corrales 2006).

Se puede observar que entre la bibliografía sobre la aprobación presidencial hay investigaciones que toman los rasgos actitudinales y las cualidades comunicacionales de cada presidente como factores explicativos, mientras que otros trabajos descartan estos elementos y buscan explicaciones en conceptos y teorías como la del voto económico. Sin embargo, sea cuál sea su abordaje, al final autores como Ramírez (2011) (basado en el carisma) u Ortiz y García (2014) (basados en el personalismo) no omiten el nexo entre la proliferación de presidentes populares y dos procesos conexos: un momento de rápido desarrollo económico impulsado por la bonanza de las materias primas y, tal vez como consecuencia, la aplicación en toda Suramérica de políticas *cash-transfer*.⁶ Así, se puede ver que hasta los trabajos soportados en variables actitudinales y retóricas admiten que estos factores sólo cuentan una parte de la historia, no necesariamente la más importante.

⁶ Transferencias de dinero o de bonos por parte del gobierno a ciertos sectores de la población.

La edad, la religión, el origen regional (idiosincrasia), la estabilidad familiar y matrimonial y la agresividad del carácter del presidente pueden explicar parte del comportamiento de la popularidad en el corto plazo, pero en el largo plazo y a la hora de buscar consistencias sigue siendo más importante fijarse en los estímulos ambientales. Presidentes que fácilmente podrían encajar en los conceptos de “carismático” y “personalista” difícilmente dejan el poder siendo populares cuando se enfrentan a un ambiente hostil: el ecuatoriano Abdalá Bucaram constituye un buen ejemplo, en el marco de lo que fuera una crisis económica, una crisis de inestabilidad política y una rápida sucesión de escándalos (Pérez-Liñán 2009).

En un panorama general, las investigaciones sobre aprobación presidencial han dejado claro que éste es un fenómeno multicausal susceptible de ser analizado desde distintas disciplinas y diferentes escalas geográficas y temporales. No hay en la literatura sobre este tema una búsqueda de la “primacía última” que explica la popularidad de los presidentes. La estrategia asumida por los investigadores ha sido más bien proponer una serie de variables que podrían ser relevantes para la opinión pública. La definición de las variables independientes suele ser sumamente sensible al contexto, observando detalladamente los estímulos ambientales que afectaron al público (o a los públicos) a lo largo del período de investigación.

En el ámbito estadounidense la opinión pública en general y la aprobación presidencial en particular son temas de estudio consolidados y una sub-área primordial en la *American Politics*.⁷ En América Latina el fenómeno de las encuestadoras no es tan antiguo ni tan prolífero, pero hay una importante producción como se ha presentado. El caso colombiano, no obstante, no ha sido suficientemente “aprovechado”, por decirlo de alguna manera. Colombia es un caso particular porque cumple con características de un juego político democrático (realización de encuestas, de elecciones populares y cambios regulares de gobierno), pero al mismo tiempo experimenta un conflicto bélico interno que ha representado un alto costo para el Estado y la población en general.

En el escenario colombiano, el público ha estado sometido a estímulos ambientales que forman parte del *mainstream* de la literatura sobre aprobación presidencial, como el ciclo electoral o *cost of ruling*, la situación económica y los escándalos. Sin embargo, es muy

⁷ *American Politics* es la rama de los estudios políticos que se fija en las dinámicas de la política estadounidense, en su particularidad.

factible que este público resulte psicológica y emocionalmente afectado por un conflicto que implica combates con armas de largo alcance, atentados con bombas, retenes en las carreteras, secuestros, etc. Desde la hipótesis de la responsabilidad se puede argumentar que este público responsabiliza al presidente por la situación de orden público y que las condiciones de la conflagración lo llevan a desear o rechazar cierto tipo de gobierno. A la luz del concepto de guerra interna acuñado por Mueller (2003), librada entre un Estado y una organización capaz de hacerle frente, Colombia guarda cierta semejanza con Perú de los años '80 y '90, un caso que ha recibido más atención de los científicos políticos interesados en la aprobación presidencial (Weyland 2000; Arce 2003; Arce y Carrión 2010).

En EEUU hay una amplia bibliografía sobre la relación que existe entre la aprobación presidencial y la variable “guerra”. Sin embargo, esta literatura se ha basado en intervenciones militares de dicho país en el extranjero. Incluso el evento del 9/11 fue concebido en su momento como el ataque de un enemigo externo. En un nivel teórico, es importante la investigación de casos como el colombiano porque permiten seguir profundizando en el costo de la guerra y sus efectos en la opinión pública, pero en el contexto de una guerra interna, un escenario más propio de países en desarrollo o de lo que antiguamente era llamado “Tercer Mundo”. Los estudios existentes se enfocaron en la dimensión retórica y en algunos rasgos del expresidente Álvaro Uribe que habrían provocado una conquista emocional de la opinión pública colombiana, pero dejaban la deuda de un estudio que comparara la trayectoria de popularidad de distintos presidentes. Este estudio toma el período 1998-2014, observando tanto los puntajes en encuestas de Andrés Pastrana, Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos, como su desempeño en áreas como la economía y el orden público, medido a través de aproximaciones empíricas que serán detalladas más adelante. Estos datos permitirán construir un modelo que reduzca la compleja realidad de la opinión pública colombiana y permita descifrar, como es objetivo de este trabajo, cuáles son los factores determinantes de la aprobación presidencial en este país. En el siguiente apartado, se presentan las nociones teóricas en las que se basa la presente investigación, se proponen las variables explicativas de este estudio, se justifica esta selección y se detallan las reacciones que teóricamente se esperaría observar en la aprobación presidencial.

4. Marco teórico y aproximaciones empíricas

El comportamiento de la aprobación presidencial puede responder a múltiples factores. Aunque autores como Norpoth (1984) hacen énfasis en la influencia de la economía, no hay en la bibliografía una búsqueda de la “primacía última” que lo determinaría todo. Cuando MacKuen (1983) afirmó que los presidentes pueden afectar la existencia de sus ciudadanos, dejaba claro que podía tratarse de los más variados aspectos de su existencia en el mundo. Con esta investigación se quiere indagar sobre los factores determinantes de la aprobación presidencial en Colombia, entre otras cosas para verificar los efectos de un conflicto bélico en la aprobación presidencial. Teniendo en cuenta que el presidente es el comandante de las Fuerzas Armadas, es factible que este factor sea tenido en cuenta en la evaluación de su gestión por parte de los ciudadanos.

La variable dependiente en este estudio es la APROBACIÓN PRESIDENCIAL, que consiste en una evaluación de la ciudadanía sobre el desempeño del presidente en el cargo (Mueller 1970). La lógica detrás de este juicio es explicable desde la hipótesis de la responsabilidad: los gobiernos son castigados por un mal rendimiento y premiados por uno bueno. Esto aplica al caso colombiano dado que la visibilidad y los poderes asignados al presidente propician una mayor atribución de responsabilidad. La idea de la atribución de la responsabilidad debe ser tomada con más cuidado en países parlamentarios o pluripartidistas con gobierno minoritario. Así mismo, se la mira con prevención en los países pertenecientes a la Unión Europea, puesto que los presidentes y primeros ministros no necesariamente controlan temas fundamentales como la defensa y la macroeconomía (Bosch, Díaz y Riba 1999). En América Latina -y en Colombia en particular- es más fácil suponer que el público canaliza la responsabilidad hacia la figura del presidente, en lo que tiene que ver con los temas mencionados y con otros como las relaciones internacionales (Linz 2003).

Como variable independiente, la primera que se inscribe en este estudio es el desgaste del gobierno, a la que se ha denominado CICLO ELECTORAL, aludiendo al ciclo de expectativa, desilusión y olvido que hay entre una elección y otra (Stimson 1976; Marra, Ostrom y Simon 1990). Inmediatamente después de cada posesión se da un efecto luna de miel que se caracteriza por su artificialidad y su fugacidad, ya que en ese breve momento el presidente no es juzgado por sus acciones sino por lo que se espera que haga. Entre los partidos, movimientos y votantes de opinión que llevan a un presidente al poder siempre hay

un “apoyo suave”, que se va desvaneciendo en el transcurso del mandato (MacKuen 1983). No está determinado cuánto dura el efecto luna de miel, pero los autores suelen proponer desde tres meses hasta un año (Pérez-Liñán 2009; Baker y Oneal 2001). Por implicar un desgaste de la popularidad del presidente a medida que transcurre su tiempo en el cargo, se espera que la variable CICLO ELECTORAL influya negativamente en la APROBACIÓN PRESIDENCIAL.

La segunda variable independiente es el COSTO DE LA GUERRA. En Colombia es bien sabido que el conflicto entre Estado y guerrillas es uno de los ejes principales del debate político y que la estrategia para resolverlo puede definir el éxito o el fracaso de una campaña a la presidencia (Daza 2010; Richard 2015). Este país, como se ha comentado más arriba, lleva a cabo elecciones competitivas y existe una prensa razonablemente libre, entre otros rasgos propios de una poliarquía (O’Donnell 2002). Sin embargo, este interjuego poliárquico coexiste con un conflicto bélico que ya cuenta más de 8 millones de víctimas registradas. Esta cifra supera por mucho el número de víctimas de otros procesos críticos y conflictivos como la dictadura de Augusto Pinochet en Chile, la lucha armada entre el Irish Republican Army (IRA) y el gobierno británico o entre Euskadi Ta Askatasuna (ETA) y el gobierno español. En Colombia, la cifra de 8 millones equivale al 16% de la población actual del país (unos 48 millones) (Red Nacional de Información 2016).

Teniendo en cuenta que los presidentes viven en una campaña permanente por consolidar su poder y conseguir apoyo popular para sus decisiones y proyectos (Conaghan y De la Torre 2008), es de esperar que la gestión del conflicto bélico interno sea uno de los principales componentes de dicha campaña. Aunque es difícil medir en una cifra algo como el dolor colectivo que vive un público sometido a una guerra, los investigadores disponen de índices compuestos por múltiples variables para así conseguir la reducción de esta compleja realidad (Marra, Ostrom y Simon 1990). El índice de COSTO DE GUERRA de este estudio está compuesto de las siguientes variables: a) Miembros de la Fuerza Pública muertos en combate contra las guerrillas; b) Miembros de la Fuerza Pública heridos en combate contra las guerrillas; c) Civiles muertos y heridos en medio de un combate entre Fuerza Pública y guerrillas; d) Secuestro; e) Daño en bien civil.

Las primeras aproximaciones empíricas para definir objetivamente un índice de COSTO DE LA GUERRA son las bajas de la Fuerza Pública porque se trata del costo humano más tangible e importante de un conflicto armado (Marra, Ostrom y Simon 1990; Fox 2009; Kibris 2011). La medida comprende a miembros de las Fuerzas Militares, de la Policía y unidades de inteligencia (Departamento Administrativo de Seguridad hasta 2011 y Cuerpo Técnico de Investigación). Las bajas fueron sufridas en combates contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), el Ejército de Liberación Nacional (ELN) y en menor medida contra el Ejército Popular de Liberación (EPL), el Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP) y la guerrilla Jaime Bateman Cayón.

Las siguientes variables dentro del índice de COSTO DE LA GUERRA están orientadas a medir un efecto de toda guerra interna: el daño producido en la población civil (Arce 2003). Al igual que con las bajas militares, el costo más visible son las personas muertas y heridas en acciones bélicas. La inclusión del secuestro, por su parte, responde a la estrategia de las guerrillas colombianas de utilizarlo como fuente de financiamiento y como estrategia de negociación política. Cabe recordar que en el período de investigación 1998-2014 las FARC secuestraron empresarios y políticos de altos cargos, entre ellos la exministra de Cultura Consuelo Araújo Noguera (septiembre de 2001), el gobernador de Antioquia Guillermo Gaviria y su asesor de paz, y 12 diputados del Valle del Cauca (abril de 2002). De los políticos mencionados, sólo del diputado vallecaucano Sigifredo López sobrevivió a su cautiverio. Así, el valor teórico de la variable Secuestro en el escenario colombiano radica en que generó un sentimiento de vulnerabilidad que atravesaba a todas las clases, alcanzando incluso a las elites políticas y económicas. Por lo tanto, las cifras de comisión de este delito por parte de las guerrillas se pueden estimar como indicador de su poder militar y coercitivo.

Por su parte, la variable Daño en bien civil trata de abarcar el perjuicio material que sufre la población local, siguiendo la propuesta de Geys (2009) acerca de observar efectos económicos de la guerra además de los ya trágicos costos humanos. Esta variable comprende los episodios de averío o destrucción completa de bienes que la población local usaba para vivir o trabajar, como casas, vehículos y trapiches paneleros. En la sección de Diseño Metodológico se explicará más detalladamente el valor que toma cada variable en este índice del COSTO DE LA GUERRA, así como sus formas de medición y las fuentes de las cuales se extrajeron. Por su potencial de causar un intenso dolor colectivo y su capacidad de trasladar

psicológicamente al público entre los dominios de la victoria y la derrota, teóricamente se espera que la variable independiente COSTO DE LA GUERRA tenga un efecto negativo sobre la aprobación presidencial. Los incrementos de esta variable pueden provocar que el público se sienta invadido por sentimientos de cansancio, frustración y fracaso que lo llevan a desaprobar la gestión del presidente (Weyland 2000; Fox 2009).

Con el objetivo de hacer un marco teórico-conceptual sensible al caso colombiano es necesario incluir una variable de evento denominada AVENTURA MILITAR. Este evento es una operación militar de corta duración, con un bajo costo en vidas y que concluye en una clara victoria para las fuerzas estatales. Estos eventos tienen el potencial de unificar al público en torno a la lucha contra el enemigo y de promover una imagen del presidente como líder militar exitoso que protege a su país. Dos buenos ejemplos en la bibliografía son el bombardeo al cuartel de la inteligencia militar iraquí, ordenado por Bill Clinton en 1993, así como la liberación de la Embajada de Japón en Perú, encabezada por Alberto Fujimori en 1997 (Burbach 1994; Arce 2003). En este caso se entenderán como aventuras militares excepcionales la Operación Jaque y las operaciones en las que fue dado de baja un miembro del Secretariado de las FARC y/o un número equivalente a 20 o más insurgentes. Entendiéndola como una variable de conteo de tiempo -como CICLO ELECTORAL-, cabe suponer que a medida que aumenta el tiempo transcurrido desde la última AVENTURA MILITAR, la popularidad del presidente tiende a la reducción.^{8 9}

Los altibajos de la economía, por su parte, son ineludibles en un estudio sobre aprobación presidencial. Mientras que la guerra aterroriza a todo el público pero finalmente solo afecta a una parte del mismo, la economía tiene efectos directos sobre la vida cotidiana de todos los ciudadanos (Norpoth 1984; Romero 2013). En este caso se toma como marco teórico la hipótesis de la responsabilidad, que permite suponer que el público colombiano responsabiliza al presidente por la gestión macroeconómica, al no existir un diseño parlamentario ni una organización internacional que lo condicione en este aspecto. Así mismo, se recurre a la teoría del voto económico que establece que las evaluaciones de la gestión presidencial y las

⁸ El objetivo de la Operación Jaque era liberar a la política colombo-francesa Ingrid Betancourt y a otros plagiados por las FARC que llevaban años en cautiverio. Según el relato oficial, la operación Jaque estuvo basada en la inteligencia, el engaño y la infiltración. La operación se llevó a cabo en julio de 2008 y cumplió su objetivo “sin un solo disparo”, como repetían con orgullo los militares y los miembros del gobierno.

⁹ Estos eventos serán enunciados en la sección de “Diseño Metodológico”.

intenciones de voto están en gran medida influenciadas por las fluctuaciones de la economía. De acuerdo con Berlemann y Enkelmann (2014), se ha considerado a la INFLACIÓN y al DESEMPLEO como referentes suficientes para observar el estado de la economía y su influencia en la aprobación presidencial durante un período de largo plazo.

La variable INFLACIÓN se refiere al incremento de los precios de los productos en el mercado y puede afectar directamente el poder adquisitivo de los ciudadanos. El DESEMPLEO, por su parte, puede perjudicar económica y anímicamente a los ciudadanos y sus hogares. Aunque la teoría de la curva de Phillips señala que la inflación y el desempleo están negativamente correlacionados -el gobierno que controla una de estas variables se enfrenta al inevitable aumento de la otra-, estudios enfocados en América Latina o en la crisis del petróleo de los años setenta demuestran que esta relación es de naturaleza inestable y que las tasas de inflación y desempleo también pueden aumentar o descender simultáneamente (Fernández y Hanson 1977).

Algunos autores plantean que los públicos hacen una evaluación diferenciada de la gestión económica dependiendo del lado del espectro político en el que se encuentre el presidente (Hibbs 1977). Esto significa que si el presidente es de derecha el público se enfoca más en los incrementos de la INFLACIÓN, pero si es de izquierda lo castiga mayormente por el aumento del DESEMPLEO, ya que son los problemas que el público espera que controlen. Sin embargo, no hay consenso sobre esta teoría de la evaluación diferenciada. Lanoue (1989) concluye que, en el caso de EEUU, el descuido de los demócratas por la INFLACIÓN termina despertando la ira colectiva, mientras que la “insensibilidad” de un gobierno republicano a los incrementos del DESEMPLEO propicia la imagen de un partido hostil hacia el “hombre trabajador”. Así mismo, Bosch, Díaz y Riba (1999) afirman que no hay consenso suficiente para dar por sentado que el público asigna estos “castigos extra”.

De cualquier modo, es importante aclarar que los tres presidentes que comprende este estudio se orientaron hacia una política económica de liberalización de los mercados y de reducción del tamaño del Estado a través de la privatización de instituciones públicas (Portafolio 2013, 12 de septiembre). Así mismo, fueron presidentes que mantuvieron una postura de acercamiento a EEUU, a veces a costa de aislar al país en una región en la que hasta hace poco proliferaban los gobiernos “antiimperialistas” y favorables a la planificación estatal de la

economía. Por los motivos enunciados, Pastrana, Uribe y Santos podrían ser ubicados en el lado derecho del espectro político y no habría que preocuparse por el tema de la evaluación diferenciada. Lo que se espera entonces es un efecto negativo de la INFLACIÓN y el DESEMPLEO sobre la APROBACIÓN PRESIDENCIAL, que estaría soportado en la teoría del voto económico.

Las siguientes son dos variables de evento: ESCÁNDALO y REACCIÓN PATRIÓTICA. A medida que los escándalos se van acumulando, mayor es la atención de la prensa a los mismos y el impacto negativo sobre la aprobación presidencial. Para este estudio se toma la definición de ESCÁNDALO de Pérez-Liñán (2009, 158): hechos noticiosos que revelan episodios de corrupción y abuso de poder, en los que están involucrados el presidente, sus colaboradores más cercanos o sus familiares. Si la desilusión es esa fuerza peligrosa de la que hablan MacKuen (1983) y Edwards III (1997), es de esperar que la variable ESCÁNDALO influya negativamente sobre la APROBACIÓN PRESIDENCIAL. Los eventos de REACCIÓN PATRIÓTICA, por su parte, se operacionalizan a través del concepto de Mueller (1970) como eventos fácilmente delimitables de alcance internacional, que involucran directamente al país y al presidente. El efecto de estos eventos sería el de unir a la población en contra del enemigo externo y alrededor de su presidente. Por tratarse de eventos excepcionales, REACCIÓN PATRIÓTICA también es una variable de conteo de tiempo. Como el efecto luna de miel posterior a una posesión, el denominado efecto de reacción patriótica se desvanece rápidamente. De esta manera, el tiempo transcurrido desde el último evento de REACCIÓN PATRIÓTICA debería influir negativamente en la APROBACIÓN PRESIDENCIAL, por muy significativo que éste haya sido, como lo indica Lanoue (1989).

Esta investigación plantea entonces un escenario de opinión pública donde la APROBACIÓN PRESIDENCIAL es la evaluación de los ciudadanos con respecto a la gestión del presidente. Esta evaluación a su vez recibe la influencia de siete factores, todos ellos justificables desde la hipótesis de la responsabilidad y otros abordajes teóricos: CICLO ELECTORAL, COSTO DE LA GUERRA, AVENTURA MILITAR, INFLACIÓN, DESEMPLEO, ESCÁNDALO, REACCIÓN PATRIÓTICA (ver tablas 2.1 y 2.2 en el Capítulo 2). El lector tal vez note que se ha prescindido de variables que otros autores han considerado como la afiliación partidaria del presidente o los factores actitudinales. En el caso de la afiliación partidaria, ésta no debería ser tan importante en un país donde el 60% de la población no se considera miembro

de ningún partido político, lo que propicia una opinión pública maleable que fácilmente puede ser convencida por el presidente (Uribe 2013).

En cuanto a los factores del carácter, aunque existiera algo llamado “carisma personal”, desde la misma teoría weberiana queda claro que esta cualidad se desvanece cuando deja de corroborarse con “actos extraordinarios” (Weber 1964). En el caso de un presidente actual, estos actos extraordinarios serían por ejemplo una recuperación económica, apaciguar una situación de orden público o gestionar una crisis internacional, es decir, “carisma personal” y aprobación presidencial prácticamente estarían midiendo lo mismo y respondiendo a los mismos factores. Por la dificultad y los riesgos de asir y medir este tipo de factores, y por una cuestión de enfoque que orienta la atención de este estudio hacia los estímulos ambientales, no se incluyen las variables actitudinales en el modelo explicativo de la aprobación presidencial (Lanoue 1989; Apablaza 2009; Ferreira y Naruhiko 2013). Sin embargo, se reconoce que hay estudios de caso cualitativos sobre la gestión sociocultural del carisma en tiempos de crisis, que están teóricamente bien sustentados y tienen mucho que aportar al análisis que aquí se está haciendo (Molina 2011; Ramírez 2011).

5. Hipótesis

Tras haber revisado parte de la literatura sobre aprobación presidencial y haber planteado una discusión teórica sobre los factores que podrían influir en ella, se plantean aquí las siete hipótesis de este estudio. Se dispone de una propuesta de hipótesis para cada una de las variables independientes:

H1: CICLO ELECTORAL: A medida que aumenta el tiempo transcurrido desde la última posesión presidencial, mayor probabilidad de que la APROBACIÓN PRESIDENCIAL descienda.

H2: COSTO DE LA GUERRA: A medida que aumenta el índice de COSTO DE LA GUERRA, mayores probabilidades de que disminuya la APROBACIÓN PRESIDENCIAL.

H3: AVENTURA MILITAR: A medida que aumenta el tiempo transcurrido desde la última AVENTURA MILITAR, mayor probabilidad de que descienda la APROBACIÓN PRESIDENCIAL.

H4: INFLACIÓN: A medida que la INFLACIÓN se eleva, es mayor la probabilidad de que la APROBACIÓN PRESIDENCIAL descienda.

H5: DESEMPLEO: A medida que el DESEMPLEO aumenta, mayor probabilidad de que la APROBACIÓN PRESIDENCIAL disminuya.

H6: ESCÁNDALO: A medida que el índice de escándalos aumenta, mayor probabilidad de que la APROBACIÓN PRESIDENCIAL disminuya.

H7: REACCIÓN PATRIÓTICA: A medida que aumenta el tiempo transcurrido desde la última reacción patriótica, mayor probabilidad de que disminuya la APROBACIÓN PRESIDENCIAL.

A manera de cierre de capítulo, se podría decir que en las páginas anteriores se ha presentado una parte de la extensa literatura sobre aprobación presidencial, mencionando estudios tanto de EEUU como de América Latina. En estos estudios se aprecia la infinidad de variables que podrían influir la opinión de un ciudadano sobre su presidente. Es entonces cuando cualquier investigador se daría cuenta que se encuentra ante un fenómeno multicausal y que no tendría caso buscar un factor determinante en singular. Por ello, se ha propuesto una serie de variables explicativas contenidas en cada una de las hipótesis, planteadas con el fin de observar su efecto diferenciado. La selección de estas variables independientes ha sido justificada teóricamente, tras lo cual es necesario exponer el diseño metodológico de esta investigación: la operacionalización y las fuentes de las que se extrajo cada variable, así como el modelo con el que se llevará a cabo el análisis estadístico.

Capítulo 2

Diseño metodológico

Este capítulo tiene como objetivo exponer el diseño metodológico empleado en esta investigación. Inicia con una descripción del método de análisis seleccionado y la justificación de dicha selección. Posteriormente, se expone la operacionalización desarrollada para la variable dependiente, así como para cada una de las independientes. Este capítulo incluye tablas que explican en detalle la operacionalización de cada variable para que el lector comprenda específicamente qué miden y cómo lo hacen.

1. Método de investigación y justificación

La unidad de análisis de esta investigación es una muestra de 192 observaciones mensuales correspondientes al período agosto '98 - julio '14. Son 48 observaciones por cada mandato presidencial y 96 para el caso de Álvaro Uribe en particular, puesto que fue elegido en 2002 y reelegido en 2006. Para cada observación de la variable dependiente, se dispone del dato que incumbe a todas las independientes del mismo mes. Para alinearse con los supuestos e hipótesis planteados por la ciencia política acerca del comportamiento de la aprobación presidencial, esta investigación debía ser de carácter cuantitativo y recoger el mayor número posible de observaciones, para así encontrar la mayor cantidad posible de consecuencias observables de las hipótesis (King, Keohane y Verba 2000).

Dada la pregunta de investigación “¿Cuáles son los factores explicativos de la aprobación presidencial en Colombia?”, que busca relaciones de causalidad, para este trabajo sería inútil un análisis de correlaciones o un modelo de regresión lineal simple (Wooldridge 2010). Por ello, se ha decidido utilizar un modelo de regresión generalizado de mínimos cuadrados (GLM), pues permite observar el efecto específico de cada variable en la aprobación presidencial y discutir la relevancia de cada una de ellas (Escobar y Taylor 2005). Sin embargo, como lo recuerda Castro (2015), las relaciones de causalidad no se desprenden *per se* del análisis estadístico sino de las consideraciones teóricas planteadas previamente.

Dando por supuesto que el público hace evaluaciones retrospectivas en función de resultados pasados que ha podido verificar (Bosch, Díaz y Riba 1999), en el *software* STATA se generó una variable rezagada (*lag variable*) para todas las variables independientes excepto para

CICLO ELECTORAL, por ser la única en la que el tiempo actual de la variable independiente corresponde al de la dependiente ($t=t$). En las variables COSTO DE LA GUERRA, INFLACIÓN, DESEMPLEO Y ESCÁNDALOS, el valor t de la variable dependiente se liga en el modelo al valor $t-1$ (mes anterior) de la variable independiente. En el caso de las variables AVENTURA MILITAR y REACCIÓN PATRIÓTICA, el conteo se reinicia en 0 con cada evento de estas características. Esta investigación no dispone de datos para las variables independientes de julio de 1998, cuando aún gobernaba Ernesto Samper. Es por esta razón que cuando se corre el modelo con variables rezagadas el número de observaciones se reduce de 192 a 191, pues no hay valores de las variables independientes con los cuales se pueda asociar la primera observación de la dependiente.¹

El modelo se ajustó con errores robustos con el ánimo de obtener unos resultados más precisos. Los resultados que arrojará este modelo permitirán estimar el efecto y el nivel de significancia de cada variable independiente y hacer una interpretación *ceteris paribus* de una realidad sumamente compleja (Wooldridge 2010). Este diseño metodológico además dota a este estudio de fiabilidad, en el sentido que pueden aplicarse los mismos procedimientos y obtener iguales resultados (King, Keohane y Verba 2000). De esta manera se logra además minimizar el riesgo de que las opiniones y percepciones del investigador terminen definiendo el análisis.

2. La variable dependiente: aprobación presidencial

La aprobación presidencial es la variable dependiente de este estudio. Se la puede definir como el porcentaje de entrevistados que responde “Apruebo” cuando le preguntan si aprueba o desaprueba la gestión del presidente de turno (ver Tabla 2.1). Al tratarse de un porcentaje, se la sistematiza como una variable de escala que va de 0 a 100. Este estudio reconoce que las fuentes que permiten aproximarse a la opinión pública son múltiples y diversas, pero se apega a los datos de la encuestadora Gallup porque cubren todo el período de investigación, sus mediciones son frecuentes –sobre todo en comparación con fuentes como el Barómetro de las Américas cuyos sondeos son anuales- y sus resultados suelen captar mayor atención de los medios de comunicación, los políticos y el público colombiano en general (El Tiempo, 4 de mayo de 2016). De ahora en adelante, cuando se hable de las “tendencias de la opinión pública” y expresiones similares, se estará haciendo alusión a los porcentajes de Gallup como

¹ La medición de estas variables de conteo a partir de un evento es explicada en las próximas páginas.

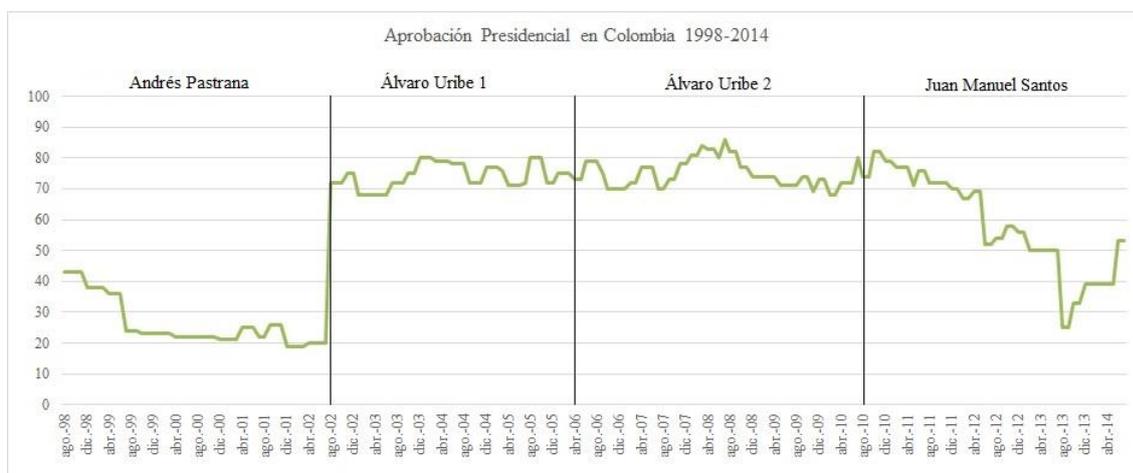
una aproximación y lectura de las mismas. Los sondeos de Gallup tienen una base de 1200 entrevistados y un error de 3%.²

Una observación superficial de la trayectoria de la aprobación presidencial en Colombia de los últimos años (ver Figura 2.1) demuestra que los niveles de popularidad no sólo varían de un presidente a otro, sino que experimentan altibajos a lo largo de un mismo mandato. Aunque estas variaciones pueden ser objeto de estudio de la ciencia política en diversos países, los investigadores siempre están limitados por el alcance de las encuestadoras en su campo de observación. La situación ideal sería un país donde las encuestadoras hacen sondeos mensuales de opinión pública, con completa regularidad. En este caso, en cambio, se dispone de un total de 86 observaciones divididas de la siguiente manera entre períodos presidenciales de 4 años: a) Pastrana: 17, b) Uribe 1: 20, c) Uribe 2: 24, d) Santos: 25.

El progresivo incremento de las mediciones de popularidad revela un creciente interés por los sondeos de opinión en el país. Esto implica que cada período presidencial supera a los anteriores en cuanto al número de implicaciones observables de las hipótesis que se pueden buscar. Extrapolar los datos para que la medición fuera mensual fue la forma de equiparar el intervalo entre las mediciones de popularidad y disponer de más implicaciones observables (192 meses entre agosto de 1998 y el mismo mes de 2014), de tal modo que los valores perdidos fueron calculados en función del valor inmediatamente anterior. Metodológicamente, esta extrapolación podría generar problemas y sesgos si hubiera una alta volatilidad de la aprobación presidencial (Arce y Carrión 2010) en Colombia, pero el único cambio significativo entre un sondeo y otro fue una caída de 25 puntos porcentuales en agosto de 2013.

² La pregunta específica que formula Gallup a sus encuestados en Colombia es: “En general, ¿usted aprueba o desaprueba la forma como _____, se está desempeñando como Presidente de Colombia?” (Gallup, 2014). Obsérvese que es una pregunta que alude directamente a su gestión y sus resultados en el cargo, pero no determina exactamente en qué asuntos.

Figura. 2.1. Aprobación presidencial en Colombia 1998-2014



Fuente: Gallup Colombia.

Tabla 2.1. Descripción de la variable dependiente

Nombre de la variable	Descripción	Fuente
Aprobación Presidencial	Evaluación de la ciudadanía sobre el desempeño del presidente en el cargo (Mueller, 1970).	Gallup Colombia

Fuente: Mueller (1970, 18) y Gallup Colombia.

3. Variables independientes

Se dispone de información relativa a 7 variables independientes. Su operacionalización se irá presentando en el orden que llevan en el planteamiento de las hipótesis.

Ciclo electoral

CICLO ELECTORAL es una variable de conteo que contabiliza el tiempo transcurrido en trimestres entre una posesión presidencial y la siguiente. Va de 0 a 15 para cada mandato. Parte en 0 en agosto de 1998 y se reinicia en el mismo mes de 2002, 2006 y 2010. Se reinicia también en agosto de 2006 porque la reelección de un presidente no implica que el público escape a la correspondiente etapa de expectativa y luna de miel (Arce 2003). El tiempo de un presidente en el cargo podría medirse en meses, semestres, años, etc. Pero la tendencia en las investigaciones ha sido a usar el trimestre como unidad. En la literatura norteamericana es lo

que se denomina como *quarter* (un cuarto de año) (Mueller 1970; Norpoth 1984; Eisenstein y Witting 2000).

Costo de la Guerra

En este caso se construyó un índice de COSTO DE LA GUERRA compuesto por distintos indicadores. Cada elemento de este índice sirve al objetivo de hacerlo lo más sensible posible al caso colombiano, el cual puede ser definido como una guerra interna (Mueller 2003) donde los perjudicados son en gran parte los civiles. La fórmula para construir este índice fue la siguiente:

$$W_t = (M_t * 30\% + H_t * 20\% + C_t * 20\% + S_t * 20\% + D_t * 10\%)$$

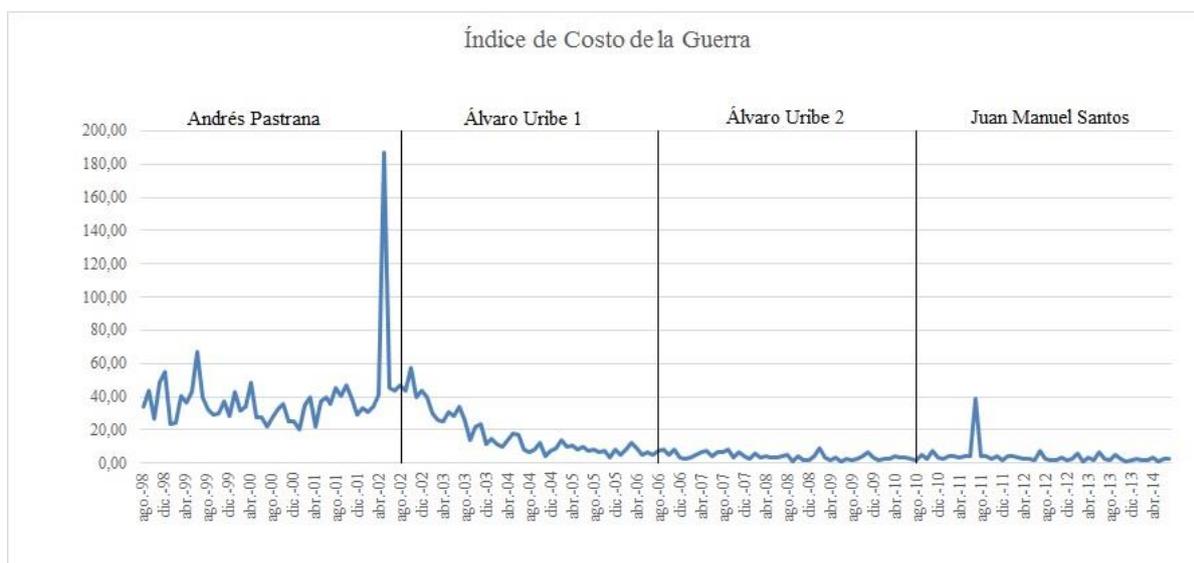
En la fórmula anterior, W_t es el índice del costo de la guerra, M_t son los miembros de la Fuerza Pública muertos en combate en función del tamaño de la Fuerza Pública para cada año, así como H_t representa a los heridos. C_t son los civiles muertos y heridos en función de la población colombiana para cada año, S_t es el secuestro y D_t es el daño en bien civil. Los indicadores que representan las bajas de la Fuerza Pública (M_t y H_t) fueron multiplicados por 1000. El indicador que representa el porcentaje de la población total colombiana que muere en combate en condición de civil (C_t) fue multiplicado por 1000000. Esto se hizo porque todas las cifras tendían a ser menores que 1, con una inmensa cantidad de ceros decimales a la derecha, dificultando la lectura, el análisis y la comunicación de los resultados. Los valores porcentuales asignados a cada variable en el índice fueron definidos utilizando como ponderador la pena impuesta a cada delito en el Código Penal, como un indicador de la manera en que la sociedad colombiana representada en sus legisladores y jueces valora cada acto delictivo (Quintero, Lahuerta y Moreno 2008). El secuestro, dentro de dicho Código Penal, puede incluso dar más años de cárcel que un homicidio y un homicidio en grado de tentativa. La construcción del índice se detalla en la Tabla 2.2 y la trayectoria que siguió el mismo en el período 1998-2014 se muestra en la Figura 2.2.

Tabla 2.2. Construcción del Índice de Costo de la Guerra

Variable	Descripción	Fuente	Valor en el índice
Muertos de la Fuerza Pública	Miembros de la Fuerza Pública muertos en combate contra las guerrillas.	Centro de Investigación y Educación Popular (CINEP).	30%
Heridos de la Fuerza Pública	Miembros de la Fuerza Pública heridos en combate contra las guerrillas.	CINEP	25%
Civiles muertos y heridos	Civiles muertos y heridos en combates entre fuerzas estatales y guerrillas.	CINEP	20%
Secuestro	Ciudadanos secuestrados por las guerrillas con fines extorsivos o de negociación político-militar.	Ministerio de Defensa Nacional	20%
Daño en bien civil	Episodios en los que un bien civil fue averiado o destruido por completo en el marco de acciones bélicas que involucraron a las guerrillas.	CINEP	10%

Fuente: Datos tomados del CINEP y el Ministerio de Defensa Nacional.

Figura. 2.2. Índice de Costo de la Guerra 1998-2014



Fuente: Datos tomados del CINEP y el Ministerio de Defensa Nacional.

Aventura militar

AVENTURA MILITAR es una variable de conteo que contabiliza los meses desde la última operación militar relevante realizada por el gobierno de turno. Inicia en 0 con cada posesión presidencial y se reinicia cuando el gobierno lleva a cabo una operación que pueda ser definida como AVENTURA MILITAR. Esta variable tiene un máximo teórico de 48 meses y un máximo empírico de 45, es decir, 45 meses es el mayor tiempo que duró un gobierno sin llevar a cabo una operación militar de magnitud. Muy importante aquí es definir cuáles son esos eventos en el caso colombiano, un total de 17 casos que incluyen bombardeos en los que se dio de baja a 20 insurgentes o más, operaciones en las que se dio de baja a un miembro del Secretariado de las FARC (la cúpula político-militar de la organización) y una excepcional operación de liberación de rehenes:

- Agosto 1998: 50 bajas guerrilleras en bombardeos de la Fuerza Aérea Colombiana (FAC).
- Octubre 2001: 21 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Septiembre 2002: 200 bajas guerrilleras aproximadamente en bombardeos de la FAC.
- Octubre 2002: 73 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Septiembre 2007: neutralización de alias “Negro Acacio” en la Operación Sol Naciente.

- Octubre 2007: neutralización de alias “Martín Caballero” en la Operación Alcatraz.
- Marzo 2008: neutralización de alias “Raúl Reyes” en la Operación Fénix. El bombardeo también causó la muerte de más de 20 insurgentes.
- Julio 2008: liberación de rehenes “canjeables” en la Operación Jaque, además de 30 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Octubre de 2009: 40 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Enero 2010: 27 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Febrero 2010: 20 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Julio 2010: 22 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Septiembre 2010: neutralización de alias “Mono Jojoy” en Operación Sodoma y muerte en bombardeo de más de 60 insurgentes.
- Noviembre 2011: neutralización de alias “Alfonso Cano” en Operación Odiseo.
- Marzo 2012: 69 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Septiembre 2012: 31 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.
- Diciembre 2012: 36 bajas guerrilleras en bombardeos de la FAC.

Las cifras de insurgentes dados de baja en bombardeos también fueron obtenidas del CINEP. Los “golpes” asestados al Secretariado de las FARC eran publicados por el Sistema de Información del Gobierno (SIG) y también registrados por el CINEP. La Operación Jaque, por su parte, tuvo gran resonancia a nivel nacional e internacional, al ser liberado un grupo de 14 cautivos entre los que había tres ciudadanos estadounidenses y la política colombo-francesa Ingrid Betancourt. Además, como lo sugería su nombre, esta operación contribuyó a difundir la imagen de una guerrilla acorralada y derrotada (Uribe 2013).

Variables económicas: inflación y desempleo

En este estudio se han incluido las variables independientes de tipo económico INFLACIÓN y DESEMPLEO, por ser las aproximaciones empíricas más consolidadas en la literatura, consideradas adecuadas para detectar tendencias de largo plazo (Berlemann y Enkelmann 2014). La INFLACIÓN es el aumento continuado de los precios de la mayor parte de productos y servicios. Es importante aclarar que la aproximación empírica que será utilizada es el Índice de Precios al Consumidor (IPC) interanual, es decir, el dato se refiere al incremento de precios con respecto al mismo mes del año anterior. La medición de la INFLACIÓN es una variable de porcentaje, pero esto no indica que su tope mínimo sea 0 y su

máximo 100. Perú, por poner solo un ejemplo, tuvo un IPC interanual de 396,28% en agosto de 1990 y de -0,54% en septiembre de 1998, debido a una crisis hiperinflacionaria y a un posterior proceso de control de la inflación y reducción de los precios.³ El IPC de Colombia en el período de investigación 1998-2014 tiene un máximo empírico de 18,94% en agosto de 1998 y un puntaje mínimo de 1,76% en noviembre de 2013.

La variable DESEMPLEO, por su parte, alude al porcentaje de la población económicamente activa que no encuentra un trabajo remunerado a pesar de estarlo buscando. En este caso sí habría un mínimo teórico de 0 (una situación de pleno empleo) y un máximo de 100 (una sociedad en la que nadie encuentra trabajo), sin embargo, ambos escenarios son poco probables en la práctica. Los datos sobre esta variable fueron tomados del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), cuya medición fue trimestral hasta 2000 y mensual desde 2001 en adelante, requiriendo extrapolación de datos inmediatamente anteriores a valores perdidos para el caso de las mediciones trimestrales. El nivel máximo de desempleo en el período de esta investigación fue de 19,78% en septiembre de 2000 y el mínimo de 7,79% en octubre de 2013.

Escándalos

Como se mencionó en la revisión de literatura y en el marco teórico, este estudio toma la definición de escándalo de Pérez-Liñán (2009): hechos noticiosos que revelan episodios de corrupción o de abuso del poder y que involucran al presidente, sus colaboradores cercanos (ministros, asesores personales, etc.) y su familia desde la asunción del gobierno (el conteo no se reinicia con cada posesión presidencial, los presidentes reelegidos cargan con los escándalos de su mandato anterior). Así mismo, se utiliza el índice de exposición a ESCÁNDALOS planteado por este autor, ya que sin mucha complejidad comprende dos características esenciales de este tipo de eventos: a) son acumulables (es más grave lidiar con 8 escándalos al mismo tiempo que con uno) y b) su efecto negativo se va diluyendo a lo largo del tiempo, a medida que se van desvaneciendo los recuerdos y la indignación que despertó el hecho noticioso. El índice de exposición a ESCÁNDALOS se mide de la siguiente manera:

$$S_t = (N_t / i) * 100$$

³ Datos del Banco Central de Reserva del Perú.

En esta fórmula, S_t es el índice de exposición a escándalos, N_t es el número de escándalos revelados y t es el número de meses que el presidente lleva en el cargo (esto último es lo que permite observar el progresivo desvanecimiento de la indignación en el público). En este caso se trata de 9 eventos, uno en el gobierno de Andrés Pastrana y 8 en el de Álvaro Uribe. Juan Manuel Santos, por su parte, no fue objeto de procesos de investigación en su primer mandato ni tampoco los funcionarios de su gobierno, lo que le permitía presentar a la lucha contra la corrupción como una de las prioridades de su administración (El Espectador 2015, 1 de julio). A continuación, se enuncian los eventos que cumplen con las características necesarias para ser conceptualizados como escándalos:

- Julio de 2001: Liquidación del Banco del Pacífico: la caída de este banco arrastró 56 mil millones de pesos producto del recaudo de impuestos. Importantes personalidades de la gestión económica del país fueron acusadas de no haber intervenido a tiempo, como la superintendente bancaria y el ministro de Hacienda. El embajador en EEUU y un exministro de defensa terminaron acusados de querer sacar provecho de la situación. Liberales e independientes del Congreso investigaron el hecho y se llegó a decir que se iba a “poner en el banquillo a medio Gobierno Pastrana” (El Tiempo 2001, 29 de julio).
- Julio de 2005: “La Gata”: Gustavo Petro, en aquel entonces representante a la Cámara, denunció que la campaña de Uribe a la presidencia fue financiada por Enilce López, también conocida como “La Gata”. López era una empresaria de los juegos de azar, ligada a las estructuras del paramilitarismo en la región de la Costa Atlántica (Semana 2006, 11 de febrero).
- Septiembre de 2006: Parapolítica: la incautación de un computador portátil a uno de los lugartenientes del paramilitar Rodrigo Tovar Pupo dio lugar a que se revelara una serie de documentos sobre crímenes cometidos por las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) y sus nexos con políticos. La gran mayoría de los implicados pertenecían a la coalición uribista (Semana 2006, 26 de abril).
- Febrero de 2008: Predios de Carimagua: el ministro de Agricultura, Andrés Felipe Arias, asignó a empresarios de la palma, el caucho y la madera unos predios en el departamento del Meta que inicialmente estaban destinados a población desplazada (El Tiempo 2009, 10 de febrero).

- Abril de 2008: “Yidispolítica”: la exrepresentante a la Cámara Yidis Medina confesó haber recibido ofrecimientos de miembros del gobierno nacional para votar favorablemente a la reforma constitucional que permitió la reelección de Uribe. Las investigaciones implicaron a quien entonces era el ministro de Interior y Justicia y al ministro de Protección Social, Sabas Pretetl y Diego Palacio, respectivamente (El Tiempo 2015, 15 de abril).
- Septiembre de 2008: Falsos positivos: 11 jóvenes que habían desaparecido en Soacha (región Centro) fueron encontrados en Ocaña (región Nororiente, cerca de Venezuela), presentados como muertos en combate. Este caso reveló una práctica que se estaba extendiendo en las Fuerzas Armadas: registrar ejecuciones extrajudiciales como positivos, como resultados operativos en combate, con el fin de engrosar la lista de bajas enemigas y recibir premios del gobierno (Semana 2008, 27 de septiembre).
- Febrero de 2009: “Chuzadas” del DAS: la revista Semana (2009, 21 de febrero) denunció que “el DAS está fuera de control”, grabando ilegalmente a magistrados, periodistas y políticos.
- Abril de 2009: Predios de Mosquera: el alcalde de Mosquera-Cundinamarca incluyó dos lotes de Tomás y Jerónimo Uribe, hijos del entonces presidente, en la reglamentación de la Zona Franca de su municipio. Terrenos que antes se vendían por hectáreas pasaron a cotizarse por metros cuadrados, contribuyendo al acelerado enriquecimiento de los hermanos Uribe Moreno (El Espectador 2009, 20 de abril).
- Septiembre de 2009: Carrusel de las Notarías: Manuel Guillermo Cuello, exsuperintendente de Notariado y Registro, denunció que algunos congresistas se habían beneficiado de la adjudicación de notarías a cambio de votar a favor de la reforma constitucional que permitió la reelección (El País 2010, 8 de julio).

Reacción patriótica

La medición de la variable REACCIÓN PATRIÓTICA es idéntica a la de AVENTURA MILITAR. Es una variable de conteo que se reinicia con cada evento y con cada posesión presidencial. Los eventos que se toman para este estudio son aquellos que provocaron crisis diplomáticas y/o acusaciones entre el gobierno de Colombia y gobiernos de países vecinos, específicamente Venezuela, Ecuador y Nicaragua. Podría existir un máximo teórico de 48 meses sin evento de REACCIÓN PATRIÓTICA pero el máximo empírico para este estudio

fue de 29 meses. A continuación, los eventos que cumplen con las condiciones de Mueller (1970):

- Febrero de 2001: Captura de Ballestas: José María Ballestas, comandante del ELN acusado en Colombia de secuestrar un avión, fue capturado y puesto en libertad condicional en Venezuela, causando tensiones entre los gobiernos de Chávez y Pastrana (BBC 2001, 7 de abril).
- Diciembre de 2001: Entrega de Ballestas a Colombia: autoridades venezolanas manifiestan que Ballestas no tenía ningún privilegio en su país y lo entregan como reo a Colombia (Globovisión 2001, 26 de diciembre).
- Enero de 2005: Rodrigo Granda: el “canciller” de las FARC, Rodrigo Granda, es ilegalmente capturado en Venezuela y trasladado a Colombia por fuerzas no oficiales. Las autoridades venezolanas alegaban que se había cometido un delito de secuestro en su territorio. El gobierno colombiano afirmaba que Venezuela estaba dando escondite a terroristas (El Tiempo 2005, 9 de noviembre).
- Noviembre de 2007: Mediación interrumpida: al enterarse que Chávez estaba teniendo comunicación con generales colombianos, Uribe decidió poner fin a la mediación del presidente venezolano en la búsqueda de intercambios humanitarios y de una negociación de paz con las FARC (Semana 2007, 22 de noviembre).
- Marzo de 2008: Operación Fénix: Bombardeo de las fuerzas militares colombianas en territorio ecuatoriano, sobre el campamento donde se encontraba alias “Raúl Reyes”, miembro del Secretariado las FARC (El País 2008, 9 de marzo). El hecho causó fuertes intercambios de acusaciones y rupturas de relaciones diplomáticas.
- Julio de 2009: Cohetes anti-tanque: las fuerzas estatales colombianas incautan a las FARC unos cohetes anti-tanque que supuestamente provenían de Venezuela. Al reiniciarse el intercambio de acusaciones, el gobierno de Venezuela retiró a su embajador en Colombia y la mayor parte del personal diplomático (BBC 2009, 27 de julio).
- Julio de 2010: Denuncia ante la Organización de Estados Americanos (OEA): Colombia llevó denuncia con pruebas ante la OEA sobre el apoyo del gobierno venezolano a las guerrillas, permitiéndoles refugiarse en la zona de frontera, entre otras ayudas operativas (La Nación 2010, 17 de julio).

- Noviembre de 2012: Fallo de La Haya: pleito con Nicaragua por un fallo de la Corte de La Haya que obligaba a Colombia a cederle buena parte del espacio marítimo que rodea al archipiélago de San Andrés y Providencia (El País 2015, 20 de noviembre).
- Mayo de 2013: se presentó un intercambio de acusaciones entre los gobiernos de Santos y Maduro por la visita del opositor venezolano Henrique Capriles a Palacio de Nariño, aunque en esta ocasión no hubo ruptura de relaciones diplomáticas (El País 2013, 29 de mayo).

En este capítulo se ha hecho una descripción de la metodología que soporta esta investigación. Se ha definido que el análisis estadístico se hará a través de un modelo de regresión generalizado de mínimos cuadrados (GLM) porque permite observar el distinto peso y los efectos de cada variable independiente. También se ha expuesto la operacionalización de cada variable. Para ofrecerle mayor claridad al lector, la Tabla 2.3 contiene cada variable independiente, su descripción y sus fuentes, recordando que de todas ellas se espera un impacto negativo sobre la aprobación presidencial. El siguiente capítulo presenta el modelo utilizado para analizar el comportamiento de la aprobación presidencial y discute los resultados del mismo.

Tabla 2.3. Descripción de las variables independientes

Variables independientes	Descripción	Fuente
Ciclo electoral	Tiempo en trimestres desde la última posesión presidencial.	Se toma operacionalización por trimestres de Eisenstein y Witting (2000) y otros autores.
Costo de la Guerra	$W_t = (M_t * 30\% + H_t * 20\% + C_t * 20\% + S_t * 20\% + D_t * 10\%)$, donde W_t es el índice del costo de la guerra, M_t son los miembros de la Fuerza Pública muertos en combate en función del tamaño de la Fuerza Pública para cada año así como H_t representa a los heridos, C_t son los civiles muertos y heridos en función de la población colombiana para cada año, S_t es el secuestro y D_t es el daño en bien civil. Los indicadores que representan las bajas de la Fuerza Pública (M_t y H_t) fueron multiplicados por 1000. El indicador que representa el porcentaje de la población total colombiana que muere en combate en condición de civil (C_t) fue multiplicado por 1000000.	CINEP y Ministerio de Defensa Nacional. Índice de elaboración propia.
Aventura militar	Tiempo en meses desde la última operación militar de excepcional relevancia.	CINEP, SIG y prensa online.
Inflación	IPC interanual (inflación con respecto al mismo mes de año anterior).	Banco de la República.
Desempleo	Porcentaje de población desempleada.	DANE.
Escándalos	$S_t = (N_t / t) * 100$, donde S_t es el índice de exposición a escándalos, N_t es el número de escándalos revelados y t es el número de meses que el presidente lleva en el cargo (esto último es lo que permite observar el progresivo desvanecimiento de la indignación en el público).	Prensa online. El índice se tomó de Pérez-Liñán (2009, 158).
Reacción patriótica	Tiempo en meses desde el último incidente con capacidad de generar un efecto de reacción patriótica.	Prensa online.

Fuente: Eisenstein y Witting (2000), Pérez-Liñán (2009, 158), CINEP, Ministerio de Defensa Nacional, SIG, Banco de la República y DANE.

Capítulo 3

¿General o gerente? La explicación de la aprobación presidencial en Colombia

En el presente capítulo se presenta el modelo utilizado para analizar el comportamiento de la aprobación presidencial a partir de una selección de variables explicativas. El objetivo del modelo y de esta investigación es indagar sobre el distinto impacto de estas variables en la aprobación presidencial, y así poder responder a la pregunta de cuáles son los factores que determinan su comportamiento en Colombia. La ecuación para hallar el efecto de las variables independientes en la aprobación presidencial se representa de la siguiente manera:

$$\text{Aprobación presidencial} = \beta_0 + \beta_1 v_{i1} + \beta_2 v_{i2} + \beta_3 v_{i3} + \beta_4 v_{i4} + \beta_5 v_{i5} + \beta_6 v_{i6} + \beta_7 v_{i7} + \varepsilon$$

En esta ecuación, la variable aprobación presidencial está determinada por siete variables independientes correspondientes a: ciclo electoral, costo de la guerra, aventura militar, inflación, desempleo, escándalo y reacción patriótica. La ecuación tiene además una constante β_0 y un componente aleatorio ε que contiene los factores no observados, aquello que las variables independientes seleccionadas no son capaces de explicar (Castro 2015; Wooldridge 2010). A continuación, en la Tabla 3.1 se presentan los resultados del análisis de regresión múltiple:

Tabla 3.1. Variables determinantes de la Aprobación Presidencial 1998-2014

Variable dependiente	Aprobación presidencial
<i>Variables independientes</i>	
Ciclo electoral	-3,20*** (,321)
Costo de la guerra	-,102** (,061)
Aventura militar	,546*** (,118)
Inflación	-1,66*** (,298)
Desempleo	-3,35*** (,458)
Escándalo	3,65*** (,421)
Reacción patriótica	.225* (,147)
Constante	122,09*** (5,18)

N= 191

*p<,10 **p<,01 ***p<,001

Fuente: Datos tomados de Gallup Colombia, CINEP, Ministerio de Defensa Nacional, SIG, Banco de la República, DANE y prensa online.

Estos resultados dan cuenta de regularidades estadísticas, algunas de las cuales reafirman teorías anteriormente presentadas. Con excepción de la variable reacción patriótica, todas las variables son significativas y ameritan interpretación. Así es el ejemplo de la relación existente entre la aprobación presidencial y la variable ciclo electoral. El coeficiente indicado en la Tabla 3.1 indicaría que a medida que transcurre un trimestre desde la última ceremonia de posesión, el presidente pierde 3,20 puntos porcentuales de popularidad. De esta manera, se confirma la teoría del ciclo electoral o del desgaste del gobierno (Canel 2009; Bosch, Díaz y Riba 1999).

El impacto negativo del paso del tiempo era predecible dada la regularidad con la que se han venido realizando elecciones competitivas en Colombia desde los años cincuenta. Esta

continuidad puede estar condicionando el comportamiento del público, que da por sentado que el gobierno cambiará algún día y por tanto ve al presidente como un producto de consumo rápido que pronto aburre y pasa al olvido (Eisenstein y Witting 2000). En un contexto así, los grupos políticos se sienten en mayor libertad para distanciarse de la coalición de gobierno, restándole poder político y bases populares al presidente (Mueller 1970). Los actores políticos seguramente no pueden permitirse este comportamiento en países como Bielorrusia o Turkmenistán, donde los presidentes pueden durar décadas sin ir a elecciones y no existe un ciclo electoral como tal.

En la bibliografía estadounidense sobre aprobación presidencial existe una frase que se traduciría más o menos así: “si un presidente de EEUU quiere dejar el cargo con la misma popularidad con la que llegó, tiene dos opciones: ser Eisenhower o renunciar el día después de la posesión” (Mueller 1970, 31).¹ Con este postulado se trata de decir que hubo ciertos factores en el mandato de Eisenhower que extendieron de una forma extraordinaria el efecto luna de miel o, en otras palabras, contrarrestaron el desgaste del gobierno de una manera que no suele suceder con otros presidentes. En el caso colombiano, la frase diría: “ser Uribe o renunciar el día después de la posesión”.

Como se observa en la Tabla 3.2, tanto Pastrana como Santos terminaron sus mandatos con una importante reducción de su popularidad inicial. Uribe, en cambio, terminó ambos períodos con una popularidad más alta que la que tenía inmediatamente después de posesionarse. En el caso de Eisenhower, Mueller (1970) afirma que el fenómeno se debió a los conocidos logros de este general en la Segunda Guerra Mundial, a su labor para terminar la Guerra de Corea, a su estatus como amateur en la política -el público le obsequiaba un mayor beneficio de la duda cuando cometía errores- y un factor no menos importante: tuvo la fortuna de llegar a la Casa Blanca en un período de bonanza económica. Así mismo, el comportamiento contra-teórico de la popularidad de Uribe admite una explicación basada en los estímulos ambientales, en la que se irá avanzando en las próximas líneas.

¹ Traducción propia. El texto original dice: “The analysis suggests then that if a president wants to leave office a popular man he should either: 1) be Dwight David Eisenhower or 2) resign the day after inauguration”.

Tabla 3.2. Aprobación presidencial al inicio, al final y promedio

	Pastrana	Uribe 1	Uribe 2	Santos
AP inicial	43	72	79	74
AP final	20	79	80	53
AP media	26,8	74,4	74,9	58,4

Fuente: Datos tomados de Gallup Colombia.

Se ha identificado un impacto negativo del costo de la guerra en la aprobación presidencial, aunque su significatividad no es tan alta. El hallazgo hasta cierto punto parece confirmar las teorías acerca del costo de la guerra y la evaluación positiva con la que responden los públicos cuando sienten que dicho costo se está reduciendo. Cuando se contrastan las figuras 2.1 y 2.2, correspondientes a la aprobación presidencial y al índice de costo de la guerra respectivamente, se puede apreciar que el período de la más cruenta violencia armada fue el mandato de Andrés Pastrana, el presidente con la medida de popularidad más baja en este estudio. El período presidencial 1998-2002 contiene la ruptura de las negociaciones de paz del Caguán en febrero del 2002 y la masacre de Bojayá en mayo de ese mismo año. Fueron tales los sentimientos de desesperanza y desahucio que se vivieron en aquel momento, que los investigadores de fenómenos migratorios acusan a estos hechos de ser los detonantes de una “diáspora” colombiana hacia países como España y EEUU (Roa 2011). Así, es fácil entrever que la popularidad de Pastrana fue duramente golpeada por el costo de la guerra.^{2 3}

En el período 1998-2014 se podría decir que el orden público en Colombia vivió un ciclo de alteración-recuperación-estabilización. El período de alteración se dio bajo el mandato de Pastrana, con altos niveles de costo de la guerra que tienen su culmen en la masacre de Bojayá. El período de recuperación llega con Uribe y la política de la Seguridad Democrática y se estabiliza en 2005. Los períodos presidenciales 2006-2010 y 2010-2014 se caracterizan por sus niveles relativamente bajos de costo de la guerra. Esta tendencia sólo se altera en julio de 2011 cuando una oleada de ataques de las FARC en el departamento del Cauca dejó una

² Los “diálogos del Caguán” fueron un intento del gobierno de Pastrana de lograr una paz negociada con las FARC. Se le conoce así porque, como condición previa a su realización, se despejó a la guerrilla el municipio de San Vicente del Caguán-Caquetá, donde prácticamente ejercían funciones de gobierno. Duró entre enero de 1999 y febrero de 2002.

³ La masacre de Bojayá ocurrió en el municipio del mismo nombre, en Chocó, durante un combate entre las FARC y las AUC. Por aquella zona por también se movían las Fuerzas Militares. Con el fin de neutralizar a un paramilitar que los estaba ametrallando, los guerrilleros lanzaron un cilindro bomba que impactó la iglesia donde gran parte de la población había buscado refugio de los disparos. Según el registro del CINEP, el hecho dejó 104 muertos y 163 heridos, muchos de ellos con importantes daños físicos y psicológicos.

cifra de 81 civiles heridos y 2 muertos según el registro del CINEP. En este sentido, Uribe guarda algo en común con Eisenhower: una serie de logros militares que el público conoce bien.

Juan Manuel Santos, aunque fue ministro de defensa de Uribe, no tuvo su mismo grado de protagonismo en la etapa de la recuperación del orden público. Santos más bien es el ministro y luego el presidente que representa la continuación y estabilización de la recuperación. Lo que cabría suponer es que iniciar el proceso de reducción del costo de la guerra, en el marco de una coyuntura crítica, dejó muchos más réditos de popularidad que el “simple” hecho de darle continuidad al proceso. Al menos en este sentido habría que rescatar un elemento fundamental de la teoría weberiana del carisma: surge en un momento de crisis y se presenta como solución extraordinaria (Weber 1964; Ramírez 2011). Así como Eisenhower, Uribe contrarrestó el desgaste de su gobierno en gran parte gracias a sus logros militares pasados y a los que seguía consiguiendo.

Las teorías acerca de los costos de la guerra señalan que guerras prolongadas con un alto número de bajas tienen un impacto negativo en la popularidad de los presidentes (Fox 2009). En el caso colombiano no habría que distinguir entre los que inician la guerra y los que simplemente la heredan, ya que en todos los casos se trata de mandatarios que heredaron un conflicto bélico casi de la misma edad que ellos. Sin embargo, en su calidad de herederos, tienen la responsabilidad de gestionar bien o mal el asunto. Aquí es evidente que se castiga lo que podría considerarse una mala gestión (Pastrana), se premia extraordinariamente una recuperación (Uribe) pero no necesariamente se recompensa una gestión que podría considerarse buena en la medida que mantiene condiciones estables y con una aparente tendencia a la mejoría (Santos), al menos en lo que respecta a los datos estadísticos objetivos y no a las percepciones subjetivas.

El resultado obtenido con respecto a la variable aventura militar es totalmente inesperado. Aunque la significatividad es alta, lo que teóricamente se esperaba era una influencia negativa de esta variable sobre la aprobación presidencial. Hay que ser cuidadosos con este resultado. Lo que se puede estar revelando es que un presidente puede ser impopular a pesar de sus aventuras militares, y que otro presidente puede ser popular a pesar de la ausencia de las mismas. El presidente que más tiempo duró sin propiciar eventos de este tipo fue

precisamente Álvaro Uribe, con 45 meses en su administración 2002-2006. Entre septiembre y octubre de 2002 se dio de baja a un total aproximado de 273 insurgentes, que según datos del CINEP murieron en operaciones de la Fuerza Aérea, después de estos hechos no hay nada en aquel mandato que pueda ser definido como una aventura militar. Los bombardeos ordenados por Santos a lo largo del 2012 habrían dado de baja a un total de 158 insurgentes, sin embargo, ese fue precisamente el año del declive de su popularidad.

Los hallazgos alrededor del efecto de las aventuras militares también pueden estar revelando que, al tratarse de lo que Mueller (2003) define como una guerra interna, el público no necesariamente se alegra de ver morir en grandes cantidades a los que serían sus compatriotas, como sí ha sido el efecto cuando EEUU hace este tipo de intervenciones en territorio extranjero. Por otro lado, son hechos que pueden llamar la atención y despertar la crítica de periodistas, políticos opositores y de la comunidad internacional. Incluso las FARC, en su condición de enemigo, no dudan en señalar al gobierno que los bombardea de querer “aumentar los muertos” y poner obstáculos a una negociación de paz (El Espectador 2015, 16 de abril). Quizá en guerra interna y contra lo que vendría a ser prácticamente el mismo grupo etno-lingüístico, los bombardeos con gran número de bajas no cuenten como factores con efecto positivo sobre la aprobación presidencial.

Otra salvedad que se debe hacer con respecto a los bombardeos es que, en términos de opinión pública, tal vez tengan un valor más cualitativo que cuantitativo. Lo anterior quiere decir que el público no premia el número de bajas, sino la calidad y el rango de la baja o el nivel del logro que se consigue. El efecto de estos eventos habría que medirlo en lo que Burbach (1994) llama saltos de un solo turno, es decir, incrementos de aprobación presidencial que se producen entre la encuesta anterior a la hazaña y el sondeo posterior. En la Tabla 3.3 se presenta el antes y el después de la aprobación presidencial en los eventos que corresponden a bajas de Secretariado de las FARC y a la Operación Jaque. Que el modelo no haya dado el resultado esperado no quiere decir que no haya otras formas de demostrar el favor que ciertas operaciones le pueden hacer a la popularidad de un presidente.

Tabla 3.3. Aprobación presidencial antes y después de bajas del Secretariado y Operación Jaque

Operación militar (comandante neutralizado)	Aprobación presidencial Antes (fecha de encuesta)	Aprobación presidencial después (fecha de encuesta)	Incremento de un solo turno
Operaciones Sol Naciente (“Negro Acacio) y Alcatraz (“Martín Caballero”)	73 (septiembre de 2007)	78 (noviembre de 2007)	5
Operación Fénix (“Raúl Reyes”)	81 (enero de 2008)	84 (marzo de 2008)	4
Operación Jaque (liberación de rehenes)	80 (junio de 2008)	86 (julio de 2008)	6
Operación Sodoma (“Mono Jojoy”)	74 (septiembre de 2010)	82 (octubre de 2010)	8
Operación Odiseo (“Alfonso Cano”)	72 (agosto de 2011)	72 (noviembre de 2011)	0

Fuente: Datos tomados de Gallup Colombia.

Como se observa en la Tabla 3.3, la única baja de un miembro del secretariado que no coincidió con un incremento de un solo turno fue la Operación Odiseo. Sin embargo, la neutralización de “Alfonso Cano” pudo haber contribuido a que la popularidad de Santos no descendiera y se mantuviera sobre 70%, retrasando el proceso de declive que se iniciaría pocos meses después. Salvo esa excepción, todas las operaciones mencionadas parecen haber favorecido la aprobación presidencial, destacando los casos de las operaciones Jaque y Sodoma que beneficiaron a Uribe y a Santos respectivamente. Como argumenta Uribe (2013), en una dimensión militar la estrategia de combatir a las FARC eliminando al secretariado los dejaba sin estrategias, mientras que en una dimensión simbólica demostraba la superioridad militar del Estado y minaba la moral de las bases guerrilleras. El impacto se hizo más fuerte por tratarse de individuos que pocos años antes parecían “inaccesibles e invulnerables” (Uribe 2013, 14).

Quedaron entonces varias lecciones con respecto a la relación entre las aventuras militares y la aprobación presidencial. En primer lugar, quizá fue un error concebir los bombardeos con más de 20 bajas como hechos que el público inmediatamente consideraría heroicos. En

realidad, como se ha dicho, se valora rango y calidad. Todo parece indicar que el público colombiano evaluó positivamente la estrategia de atacar a las FARC eliminando a su cúpula. Los colombianos que responden a encuestas y que tienden a tener una opinión desfavorable sobre las FARC (Gallup 2015), han crecido viendo a los comandantes de este grupo en los medios de comunicación y en los carteles de “Se busca” de los terminales terrestres y aeropuertos. Por tanto, cuando el que caía era un miembro del secretariado no sólo era mayor la resonancia mediática, sino que era más factible que el público lo ligara mentalmente a un concepto de lucha contra el crimen y de solución de un problema de orden público, por lo que habría que responder premiando al gobierno.

La inclusión de eventos sumamente acotados en un modelo que busca regularidades a largo plazo es siempre un asunto problemático. Sin embargo, una mirada a los incrementos de un solo turno permitió aproximarse al impacto que estos eventos pueden tener en el corto plazo. En este sentido habría que seguir progresando en la teoría -qué es lo que el público colombiano considera “heroico”- y en la metodología -cómo examinar su efecto-. Por último, lo hallado en este análisis es bastante revelador en el sentido que en Colombia podría funcionar hasta cierto punto la teoría del uso distractor de la fuerza, que señala que los presidentes usan deliberadamente el poder militar para elevar su popularidad (Marra, Ostrom y Simon 1990).

A la reflexión sobre la influencia del tema militar se debe agregar la discusión planteada por Arce (2003), quien sugiere que en contextos de insurrección y terrorismo el público no evalúa de la misma manera a los presidentes que adoptan una estrategia de confrontación armada y a los que se inclinan por la negociación de paz. Según Arce (2003), presidentes de línea dura y de línea blanda pueden enfrentar niveles de violencia igual de altos, pero será mayor el impacto negativo en la popularidad del presidente negociador, ya que el público lo responsabilizará por la violencia.

En el caso colombiano, el conflicto armado fue casi tan cruento los primeros años de Uribe como lo había sido en el gobierno de Pastrana, dejando bajas de cientos de efectivos de la Fuerza Pública al año. Sin embargo, el comportamiento de la aprobación presidencial cambió drásticamente de un presidente a otro y Uribe se hizo mucho más popular que su antecesor. En cuanto a Juan Manuel Santos, el declive de su popularidad comenzó en el año 2012,

coincidiendo con el inicio de su proceso de negociación con las FARC. Santos nunca volvió a disfrutar de una popularidad superior a 60%, a pesar de que en su gobierno se siguió reduciendo el accionar subversivo en conjunto.

Los años 1999 y 2012 tienen algo en común: en los primeros meses, los presidentes de Colombia anunciaron con gran optimismo que iniciarían negociaciones con las FARC hasta conseguir la firma de la paz y, durante el resto del año y del mandato, la popularidad de estos presidentes tendió al descenso y nunca volvió a recuperarse. Estas tendencias parecen indicar que el cambio de una estrategia de confrontación armada a una estrategia negociadora representa un grave riesgo para la popularidad de los presidentes colombianos, incluso si consiguen que el accionar subversivo se reduzca en varios aspectos. Algo al respecto expuso Juan Manuel Santos en el debate presidencial del 5 de junio de 2014, frente a su rival Óscar Iván Zuluaga del Centro Democrático, quien promovía el regreso a la estrategia militarista de Uribe y tenía en ese momento serias posibilidades de ganar las elecciones y frustrar su reelección:

Nuestro gobierno, como lo decía al principio, está cambiando la cultura del miedo hacia la cultura de la esperanza y la paz. Por eso desde el primer momento dimos ese paso, a sabiendas de que la paz es mucho más difícil que hacer la guerra. Hacer la guerra es fácil, es popular (<https://www.youtube.com/watch?v=HgmPPiKdWJw>, 5 de junio de 2014).

En contextos de insurrección, desorden público y terrorismo, como lo sugieren los estudios de Arce (2003) y Kibris (2011), el accionar subversivo puede provocar que el público entre en una “espiral de conflicto”, en la que la agresividad propia se incrementa a medida que se incrementa la del enemigo (Richani 2003). Así, es factible que un público sometido a este tipo de estímulos privilegie las estrategias militaristas y los discursos belicosos, y que esto se refleje en los sondeos de popularidad. Para mediados de 2014, Santos llevaba 2 años viendo caer su popularidad y sus palabras en el debate frente a Zuluaga parecen indicar que intuía los efectos negativos originados por su cambio de estrategia.

La espiral de conflicto que plantea Richani (2003) y el rechazo general hacia las FARC en la opinión pública, como propone Daza (2010), podrían explicar la reacción de apoyo que hubo hacia los presidentes mientras desplegaban estrategias militaristas, y la contraria reacción de rechazo que se desencadenó apenas iniciaron los procesos de diálogo. En Colombia, como en

Perú, Turquía, Israel y EEUU, existen políticos de “línea dura” que -deliberadamente o no- se benefician de esta tendencia y se autodefinen como los únicos capaces de lidiar con el enemigo armado. En el contexto colombiano, Álvaro Uribe llegó a afirmar que él era “el primer soldado de la patria” y que su lucha contra el terrorismo sólo acabaría en victoria o muerte (Molina 2011).

La tendencia a apoyar políticos de “línea dura” en contextos de violencia y amenaza terrorista trasciende a Colombia y es generalizable a un grupo de países que experimentan condiciones similares. En 2016, el momento en que se escriben estas líneas, el mandatario con el nivel de aprobación más alto del mundo es Vladimir Putin (superior a 80% según la encuestadora rusa Levada), un presidente y comandante que ha enfrentado a los independentistas chechenos, el gobierno pro-occidental de Kiev y el Estado Islámico. Mientras tanto, en este continente, personajes que representan a lo que sería la “línea dura” de sus respectivos países, como Donald Trump y Keiko Fujimori, son tomados en serio como potenciales presidentes o, al menos, como fuertes rivales en las elecciones. En Colombia, por su parte, ganó el ‘No’ en un plebiscito que pretendía refrendar y dotar de legitimidad unos acuerdos que el Estado y las FARC negociaron durante cuatro años. Ante estímulos como la guerra y el terrorismo, es factible que surja un pacto entre los líderes de línea dura y el público, que les entrega su apoyo en elecciones y sondeos de opinión.

Como planteó en su momento Arce (2003), las acciones subversivas representadas en pérdidas humanas y materiales no proveen una explicación lo suficientemente completa de la aprobación presidencial en contextos de conflicto armado. En síntesis, quizá no es tanto la guerra sino cómo se la gestiona. Ante la opinión pública, Uribe prometió combatir a las FARC y desde sus dos primeros meses estaba efectivamente haciéndolo. Firmar un acuerdo de paz, por su parte, lleva mucho más tiempo. Los resultados no llegan tan pronto y se da la oportunidad de que grupos políticos y mediáticos difundan escepticismo con respecto a la negociación. Como se trata de negociar con un enemigo profundamente impopular y no se consigue rápido (como es lógico), el público queda sin el potencial distractor de la fuerza y las hazañas. Por otro lado, se esparce la idea de que el presidente está fracasando en el principal punto de su agenda. La dimensión de la estrategia que conlleva el reclamo de reacciones fuertes contra los alzados en armas, explica en parte que la popularidad de Uribe se haya mantenido alta durante sus dos mandatos, mientras que la de Pastrana y Santos entraron

en declive en cuanto empezaron a negociar. El mismo Juan Manuel Santos, cuando aún no cambiaba de estrategia, se congratulaba de haber sido el ministro de defensa de Uribe y de haber ordenado las operaciones Sodom y Odiseo, y su popularidad a finales de 2011 aún era cercana a 70%.

Los resultados obtenidos con respecto a la inflación y el desempleo también tienen un elevado valor en términos teóricos, al confirmar los supuestos planteados en las hipótesis. Las hipótesis 4 y 5 estaban basadas en estas variables y contaban con que habría un efecto significativo y negativo de las mismas sobre la aprobación presidencial. Lo que se halla finalmente es una corroboración de la hipótesis de la responsabilidad y de la teoría del voto económico (Bosch, Díaz y Riba 1999; Norporth 1984). El público concibe al presidente como el responsable del aumento de los precios y de las dificultades para encontrar trabajo, motivos por los cuales lo castigan.

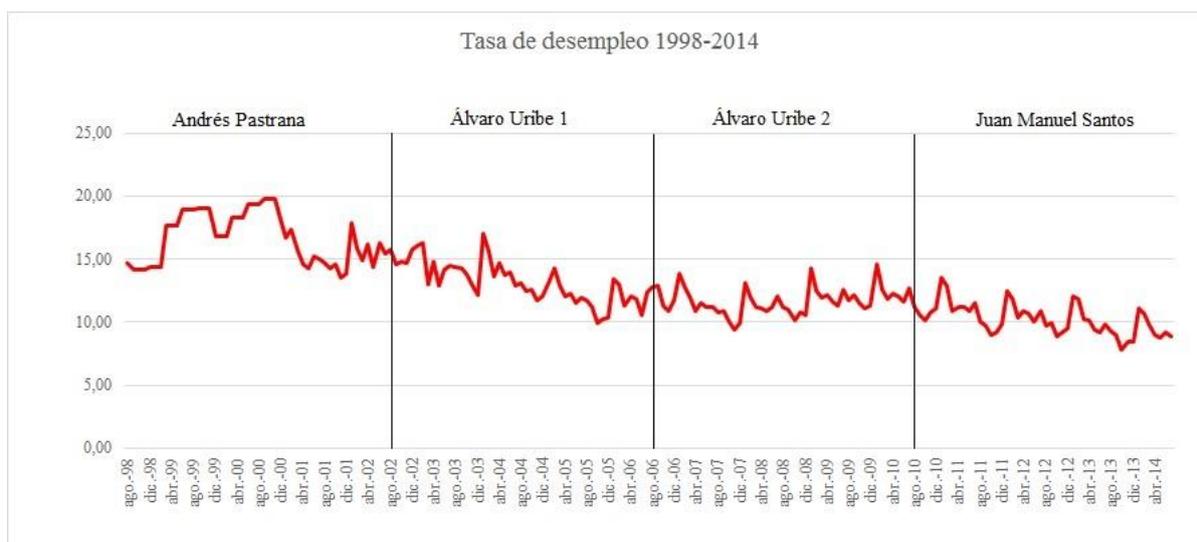
Como se puede observar en las Figuras 3.1 y 3.2 -que ahora es necesario incorporar al análisis- las variables económicas en Colombia siguieron un curso muy similar al de las variables bélicas: unas condiciones hostiles a las que tuvo que enfrentarse Pastrana, un período de reducción bajo el mando de Uribe y la continuación de esa reducción en el gobierno de Santos. En este sentido, Uribe también se habría quedado los créditos de quien repara la crisis, como Reagan en los años ochenta (Lanoue 1989), mientras Santos se lleva los de aquel que continúa lo avanzado. Se sabe desde las teorías que la opinión pública tiene prisa por castigar lo que considera un mal desempeño en economía, puede ser muy benevolente con aquellos a los que considera impulsores de un período de recuperación y bonanza, y actúa indiferente y prácticamente no premia a quien mantiene la estabilidad y la reducción de estadísticas como la inflación y el desempleo (Mueller 1970; Lanoue 1989). Weyland (2000) llamó a esto la paradoja del éxito: cuando los problemas económicos están solucionados, el público deja de fijarse en la economía.

Figura 3.1. Inflación 1998-2014



Fuente: Datos tomados del Banco de la República.

Figura 3.2. Desempleo 1998-2014



Fuente: Datos tomados del Banco de la República.

Pastrana efectivamente logró reducir la inflación que su gobierno heredó de otros anteriores como el de César Gaviria, pero tanto la inflación como la tasa de desempleo seguían siendo altas, factor que también contribuyó a la ya mencionada “diáspora” colombiana de principios del siglo XXI.⁴ En términos humanitarios y microsociales, se trató de una época de hogares desarticulados por el conflicto armado y por las carencias económicas. De hecho, no sería extraño que una difícil situación económica y una guerra interna se alimenten mutuamente:

⁴ Ver datos del Banco de la República.

ataques terroristas y extorsivos contra todo tipo de industria hacen mucho más riesgosa la inversión en un país. La paradoja del éxito es lo que puede estar sucediendo en el caso de Juan Manuel Santos, tanto en el área económica como en la militar.

En términos analíticos y observando los estímulos a los que el público estaba sometido, cabría considerar el período 1998-2002 como una situación crítica. La situación crítica perjudicó a Pastrana, su resolución benefició a Uribe y la estabilización introdujo a Santos en la paradoja del éxito. Respecto al caso de Uribe, se podría aludir a una infinidad de autores que han hablado sobre la adhesión hacia los líderes que supuestamente solucionaron una situación crítica. Estos trabajos se han realizado bajo el enfoque de diversas disciplinas como la sociología, la ciencia política, la antropología y el psicoanálisis (Weber 1964; Meichsner 2002; Weyland 2000; Arce y Carrión 2010; Lanoue 1989; Corrales 2006; Mejía 2012; Geertz 1994; Ramírez 2011; Molina 2011).

Es importante mencionar que Álvaro Uribe enfrentó un incremento de la inflación en 2008, en gran parte producto de una crisis mundial de la economía. Teniendo en cuenta el efecto negativo que ejerce esta variable sobre la aprobación presidencial, cabe pensar que bajo mejores condiciones económicas la popularidad de Uribe pudo haber llegado más lejos en el año de la Operación Jaque y mantenerse con mayor solidez por encima del 80%. También hay cierto valor teórico y analítico en el hecho que el impacto del desempleo, aunque también negativo, sea mayor que el de la inflación. Por un lado, podría ser que el desempleo ejerce mayor perjuicio en la vida cotidiana y la tranquilidad de los colombianos, algo que sería muy factible. Por otro lado, podría estarse confirmando un supuesto teórico planteado por Lanoue (1989): líderes de derecha, favorables al libre mercado y la reducción de las funciones estatales, pueden ser percibidos como destructores de empleos y personas indiferentes frente a las dificultades del “hombre trabajador”. Esta supuesta “insensibilidad” de los políticos del lado derecho del espectro es lo que llevaría al público a castigar los aumentos del desempleo con mayor vehemencia que los de la inflación.

Lo que sucedió con la variable escándalo es contrario a la teoría y a la intuición. El resultado hallado utilizando el índice de Pérez-Liñán (2009) ha revelado que verse involucrado en un escándalo es beneficioso para la popularidad de los presidentes colombianos. De 9 eventos comprendidos como escándalos, 8 afectaron a Uribe pero no parecieron hacer mella en su

popularidad. Ernesto Samper (1994-1998) no fue incluido en este estudio, pero se sabe que fue un presidente envuelto en un escándalo de narcopolítica denominado Proceso 8000, el cual llevó a la cárcel a algunos de sus más cercanos colaboradores. Sin embargo, la popularidad de Samper nunca descendió de 30%, como sí les sucedió a Pastrana y a Santos sin estar expuestos a un evento que pueda denominarse escándalo.

Con respecto a los escándalos, quizá haya que adoptar otras posiciones teóricas: ¿y si resulta que un escándalo despierta el apoyo del público al presidente contra una Fiscalía que lo “persigue”? Al revelarse un escándalo, Uribe aparecía en primera plana de periódicos y revistas: ¿y si la obsesión de los congresistas opositores y los periodistas por publicar datos sobre los escándalos no hacía más que poner al presidente en el centro de la agenda y hacerlo más popular? Uno de los más duros críticos de Uribe fue el entonces congresista Gustavo Petro, a quien se deslegitimaba por haber formado parte de la guerrilla M-19: ¿qué tal si la veeduría constante de un exguerrillero no hacía más que despertar solidaridad en un público donde las guerrillas son impopulares? Más recientemente, la Fiscalía abrió una investigación contra Uribe por la masacre de El Aro ocurrida en 1997, cuando era gobernador de Antioquia. La respuesta del partido Centro Democrático fue lanzar la campaña “Lo que es con Uribe, es conmigo”, rodeando al expresidente contra la persecución de una fiscalía servil y un gobierno que se concibe como amangualado con el terrorismo (Caicedo 2016).

Quizás en la política a veces aplica la frase de lord Henry Wotton, el personaje de *El Retrato de Dorian Gray*: “sólo hay en el mundo una cosa peor que el que hablen de uno, y es que no hablen” (Wilde 1985, 8). Los eventos escandalosos ponen a los presidentes como eje de todas las agendas: la política, la mediática y la de la opinión pública. La agenda política los pone en el banquillo de acusados del Congreso, en donde tienen apoyo y de donde no necesariamente saldrán mal librados. Los medios de comunicación, en su afán por revelar detalles sobre los escándalos y proponer titulares atractivos, terminan dándole más portadas y primeras planas al presidente. Finalmente, en la agenda de la opinión pública, estas secuencias de escándalos hacen que los ciudadanos tengan discusiones constantes sobre la gestión del presidente, y ser el centro de la discusión no necesariamente es malo para un político. En el momento en que se escribe esta tesis, Donald Trump aún tiene el apoyo de su partido, no le va necesariamente mal en las encuestas y todavía se considera posible que llegue a la Casa Blanca, a pesar de los

escándalos que muchas veces ha generado él mismo con sus declaraciones (La Vanguardia 2016, 10 de octubre).

El resultado correspondiente a la variable reacción patriótica, por su parte, no se interpreta dada su baja significatividad. Quizá este resultado no quiera decir que al público colombiano no le importa el tema de las relaciones internacionales, sino que todavía hay muchos retos pendientes en cuanto a la medición y la consistencia del efecto de reacción patriótica. Como argumenta Lanoue (1989), en este sentido los modelos deben ser extremadamente sensibles al caso observado, pero es difícil determinar qué eventos internacionales afectan la popularidad en cada país y de qué manera lo hacen. Tal vez el constante rifirrafe entre Uribe y Chávez fue beneficioso para ambos, en el sentido que ambos consiguieron un enemigo externo para culparlo prácticamente de todos los males existentes en la región, pero la medición adoptada no fue la más adecuada a la hora de observar sus intercambios de insultos y acusaciones. Por su parte, la relación entre sus sucesores, Santos y Maduro, no siempre ha sido la más amable, aunque no contenga episodios de ruptura de relaciones diplomáticas. En ambos lados de la frontera se especula sobre la estrategia de producir deliberadamente crisis colombo-venezolanas con el ánimo de ganar votos y puntos de popularidad para el gobierno (El Espectador 2015, 28 de junio). En caso de existir, ¿funcionan estas estrategias? Serían temas de discusión para un estudio que aborde con mayor detalle el tema de las relaciones internacionales, específicamente las colombo-venezolanas.

Con las relaciones internacionales no se presenta una medición de saltos de un solo turno por dos razones. La primera es que el sondeo fue varios meses después del evento en casos como la entrega de Ballestas a Colombia o el caso Rodrigo Granda. El efecto de reacción patriótica despierta rápidamente y es bastante fugaz, no se puede sondear al público tres o cuatro meses después del evento y esperar que todavía se encuentre condicionado por él. En segundo lugar, dos de estos eventos coexistieron con momentos en los que cayó un miembro del secretariado de las FARC (noviembre de 2007 y marzo de 2008), siendo este factor el que seguramente hizo la mayor contribución al salto de un solo turno. Un análisis del impacto de un evento internacional a corto plazo sólo podría realizarse con el fallo de La Haya en 2012, puesto que la popularidad de Santos subió de 54% a 58% después de este evento, en lo que pareciera un resultado contra-intuitivo pues en la opinión pública se difundió la idea de que se había perdido el mar (El Espectador 2012, 19 de noviembre). Es posible que el público haya

percibido el hecho como una pérdida de territorio, pero que haya decidido apoyar a Santos con las apelaciones y las gestiones que adelantaba para que el fallo no aplicara. O a la larga puede resultar que el evento no fue tan impactante como aquí se ha pensado.

Cierre

Con base en los resultados presentados, esta investigación ha llegado a una fiel corroboración de la teoría del voto económico. Se podría concluir que en el período 1998-2014 el principal factor explicativo de la aprobación presidencial a largo plazo fue la economía, a pesar de la existencia y los altibajos del conflicto armado interno. Como argumentarían autores como Romero (2014) y Norpoth (1984): aunque la guerra pone en peligro la vida y los bienes de muchos ciudadanos, finalmente es la situación de la economía la que define la mayor parte de lo que Maquiavelo (1998) llamó la “fortuna” de un político. Esta conclusión no se alejaría mucho de lo que Weyland (2000) y Arce y Carrión (2010) hallaron en el caso peruano, similar al colombiano por tratarse de una guerrilla marxista con capacidad de llevar al Estado a una situación definible como guerra.

Desde lo planteado por la bibliografía, el análisis también debe plantearse en términos de situaciones de crisis y no-crisis. Un presidente sumergido en una crisis cuyo deterioro no puede solucionar, puede hacerse tan impopular que su gobierno se vuelve insostenible (Pérez-Liñán 2009). El presidente que llega en plena crisis y luego proyecta la imagen de haberla resuelto será inevitablemente un líder popular (Lanoue 1989; Mejía 2012). Ese mismo líder o su sucesor pueden caer en la paradoja del éxito: el público no sólo olvida la crisis, sino que al tener una vida más tranquila se empieza a fijar en otros problemas y se hace más crítico y exigente con el presidente (Weyland 2000; Arce y Carrión 2010). En este sentido, el presente estudio propone una explicación de la extraordinaria popularidad de Uribe basándose en estímulos ambientales y no en los factores discursivos y actitudinales a los que se suele recurrir. Aquí habría acuerdo con Lanoue (1989) en el sentido que siempre deben atenderse los estímulos ambientales al observar la popularidad en el largo plazo.

La teoría del ciclo electoral también ha quedado confirmada. El descenso de la aprobación presidencial es lineal a medida que transcurre el tiempo del mandato. El modelo muestra que el tiempo efectivamente desgasta la aprobación del público a los gobiernos. No ha importado que tanto Uribe como Santos hayan llevado a cabo campañas por la reelección, que pudieron

haber catapultado su popularidad en el último año de mandato, cuando se encuentra más desgastada. Del costo de la guerra, como se ha dicho, se esperaba un mayor efecto en cuanto a significancia estadística. Sin embargo, hay un resultado negativo que confirma la teoría hasta cierto punto.

Con respecto a las variables aventura militar y reacción patriótica, se admite que todavía queda un gran trabajo de conceptualización y sofisticación de la medición, y en la creación de un marco teórico sensible al caso colombiano. Cuando se buscan tendencias a largo plazo, es difícil hallar el efecto de acontecimientos tan acotados (Lanoue 1989). Sin embargo, en lo que atañe a las aventuras militares esta carencia se ha compensado con la técnica tomada de Burbach (1994) de observar saltos de un solo turno, descubriendo valiosos ejemplos que tuvieron lugar luego de la Operación Jaque y de aquellas misiones que llevaron a la neutralización de un miembro de la cúpula guerrillera. En un plano teórico, estos resultados llevarían a la confirmación de la teoría del uso distractor de la fuerza: es posible que un presidente se valga de operaciones militares breves pero impactantes para poder mantener una popularidad alta (Lanoue 1989; DeRouen 2000). El presidente y sus asesores no son ajenos a este efecto y es factible que se hayan planeado y distribuido ataques pensando en una economía de la opinión pública y no solo en la estrategia militar. Además, como se ha dicho, un presidente colombiano podría optar por no negociar con la insurgencia para seguir recibiendo los réditos de popularidad que deja luchar contra un enemigo impopular (Daza 2010).

Finalmente, el examen de la variable escándalo arrojó un resultado que contradice teoría e intuición. El hecho que los escándalos hagan más popular a un político suena extraño y hasta chocante. Sin embargo, aquí se ha abierto la puerta para teorizar en otra dirección: los escándalos atraen atención mediática, colocan al presidente en el centro de todas las agendas de discusión y despiertan el apoyo del público cuando éste percibe que su líder está siendo perseguido o acusado injustamente. No tener ninguna investigación abierta le sirve a un gobierno para enorgullecerse y exponer la lucha contra la corrupción como una de sus banderas (El Espectador 2015, 1 de julio). Sin embargo, esta situación de tranquilidad no despierta emoción, discusión y polarización. Otra paradoja del éxito: un presidente libre de acusaciones e investigaciones no necesariamente es premiado por el público, sino que es percibido como un funcionario público que simplemente está haciendo lo que debe hacer.

Más allá de Colombia

Esta reflexión no estaba estipulada originalmente en el proyecto de tesis, pero se consideró necesario incluirla a medida que se revisaba la literatura sobre otros países de Suramérica y se revelaban los resultados de este estudio. El eje del asunto es que Colombia no fue un caso aislado de la región que la rodea. Álvaro Uribe es sólo un ejemplo más de la proliferación de presidentes populares de principios del siglo XXI, proceso en el que acompaña a líderes como Chávez (Venezuela), Morales (Bolivia), Correa (Ecuador), Lugo (Paraguay) y Lula da Silva (Brasil). En todos los casos, es fundamental hacer la distinción crisis/no-crisis propuesta por Weyland (2000) y Arce y Carrión (2010). Prácticamente todos estos presidentes tienen en común el haber llegado al gobierno en una situación de crisis económica y/o de inestabilidad política con episodios de violencia. En estos contextos de crisis, se lanzaron a la presidencia por un partido relativamente nuevo del cual fueron miembros fundadores (Ortiz y García 2011).

Los seis presidentes que se han mencionado llegaron al poder en contextos de apertura del sistema político, cuyo fin era aumentar la participación y mejorar la representación pero que terminó derivando en la personalización de la política, la fragmentación del sistema de partidos y el debilitamiento de las organizaciones previamente existentes (Pachano 2007; Mayorga 2003). Todos los ejemplos mencionados cumplen con la condición de haber llegado en una situación crítica y haber ofrecido una solución que era hasta ese momento extraordinaria y revolucionaria. A la solución de los problemas de estos países habría contribuido finalmente la bonanza de las materias primas, un fenómeno que benefició a Latinoamérica por la alta demanda de sus recursos en la creciente economía china. La bonanza de las materias primas fue entonces la fortuna para estos políticos. De los ejemplos utilizados, sólo Correa y Morales tuvieron que sortear con el fin de la bonanza, que comenzó arrolladoramente a mediados de 2014 con la caída de los precios de hidrocarburos y minerales en los mercados internacionales (BBC, 15 de octubre de 2015). El examen de la relación entre economía y aprobación presidencial en estos dos casos sería muy interesante para testear la teoría del voto económico en trayectorias con múltiples picos y descensos.

Como Mueller (1970) al referirse a Eisenhower, Lanoue (1989) al hablar de Reagan y Ferreira y Naruhiko (2013) al tratar el caso de Lula da Silva, aquí se plantea una explicación de la popularidad extraordinariamente alta basada en estímulos ambientales de orden económico y

político más que en características individuales, sin desconocer la importancia de las mismas. Cuando se observan procesos macroestructurales que afectaron a toda la región como la fragmentación de los partidos y la bonanza de las materias primas, se pueden hallar regularidades y consistencias sólidas que se complementarían con el análisis del carácter del presidente, su discurso, su tono de voz, etc.

Ante la pregunta de por qué Colombia no entró en un giro a la izquierda a principios del siglo XXI, como tantos de sus vecinos (Burbano de Lara 2010), habría que ver el escenario particular. En este país el conflicto armado interno todavía es eje del debate electoral y el público sigue votando en gran medida por quien considera que resolverá el problema de las guerrillas, específicamente el asunto de las FARC (Daza 2010; Richard 2011; 2015). Esto ha hecho que el tema de la desigualdad social y económica quede soslayado en las agendas de discusión política, mediática y de opinión pública. Además, en el caso colombiano hay quienes afirman que la actividad guerrillera ha perjudicado la imagen de la izquierda, pues terminó siendo mentalmente asociada a prácticas asimilables a la delincuencia común, como el secuestro extorsivo (Giraldo 2015). Finalmente habría que ampliar la escala del análisis y recurrir al contexto global. Es importante tener en cuenta que Uribe llegó al poder en el año 2002, menos de un año después de la declaración de la Guerra contra el Terrorismo por parte de George W. Bush. Que EEUU caminara hacia la búsqueda de mayor seguridad -en un sentido militarista de la misma (Atehortúa 2007)- pudo haber producido cierto eco en Colombia, un país influenciado en distintas áreas por la potencia norteamericana.

Se ha considerado importante cerrar el capítulo de resultados con esta reflexión porque conecta el caso colombiano con otros, permitiendo avanzar en la construcción teórica. Cuando se analizan los estímulos ambientales se puede incluso desarrollar una explicación más completa sobre la gestación sociocultural de un fenómeno carismático. Los líderes aquí mencionados emergieron en situaciones críticas. Una vez en el poder, cambiaron drásticamente el sistema de partidos y la actividad política, con todo lo que esto puede implicar de extraordinario y revolucionario. Finalmente, reafirmaron sus cualidades de liderazgo con la recuperación económica que llegó gracias a la bonanza de las materias primas. Se ajustan conceptualmente al líder carismático de Weber (1964) por la situación en la que ascendieron al poder y ejercieron su mandato. La situación de cada uno de ellos hubiera

podido ser muy distinta sin bonanza de las materias primas o con un momento de prosperidad económica mucho más fugaz.

Conclusiones

El objetivo que orientó esta investigación fue el de identificar las variables que explican el comportamiento de la aprobación presidencial en Colombia, un contexto que podría definirse como de guerra interna prolongada (Mueller 2003). Al ser un objetivo de investigación que buscaba una relación de causalidad, se propuso un análisis estadístico a través de un modelo de regresión múltiple que permitió observar la significancia y el distinto efecto de cada variable. Desde las consideraciones teóricas planteadas en la bibliografía sobre aprobación presidencial, se plantearon las siguientes variables independientes: ciclo electoral, costo de la guerra, aventura militar, inflación, desempleo, escándalo y reacción patriótica.

La primera hipótesis planteada en esta investigación señalaba que el paso del tiempo era una variable independiente con derecho propio. Aquí no es lo que sucede mientras el tiempo transcurre, sino el paso del tiempo en sí mismo el que desgasta la aprobación presidencial. Cada trimestre que pasa después de la posesión es dañino para la popularidad, independientemente de lo que el presidente haga. El ciclo de expectativa, desilusión y olvido y el agotamiento del efecto luna de miel se cumple en Colombia como tendencia general. Sin embargo, tal como lo afirman Eisenstein y Witting (2000) y Lanoue (1989), esta tendencia no es inevitable y puede resultar que un presidente mantenga una popularidad elevada a partir de estímulos ambientales y eventos excepcionales que incrementan el puntaje en un solo turno. La confirmación de la teoría del ciclo electoral no es sorpresa en el público colombiano, acostumbrado a acudir elecciones y a cambiar gobiernos con regularidad desde hace casi 60 años.

En países como las exrepúblicas soviéticas Bielorrusia y Turkmenistán, donde el presidente puede durar décadas y el público está acostumbrado a ello, seguramente es menos factible que esto suceda. En estas naciones probablemente existen presiones de todo tipo sobre la prensa, las encuestadoras y el público en general, lo que hace que los presidentes sean artificialmente populares durante mucho más tiempo del que cabe esperar en las poliarquías. Al respecto se debe recordar la advertencia que hacen varios de los autores referentes de la ciencia política: el interés de esta disciplina por las democracias o poliarquías no implica que este sistema sea el único, y hasta cabría dudar que sea el más difundido del mundo (Dahl 1989).

Con respecto a la teoría del ciclo electoral, Burbach (1994) señala que la aprobación presidencial en tiempo de campaña es un indicador de las posibilidades que tiene el presidente de ser reelegido en el cargo. La reelección presidencial inmediata fue una experiencia nueva y breve para los colombianos, que vivieron con Álvaro Uribe y con Juan Manuel Santos y que seguramente no volverán a vivir en los años venideros, pues la figura fue definitivamente eliminada de la Constitución en 2015. En la primera campaña reeleccionista de la historia reciente de Colombia, en el año 2006, Uribe tenía una popularidad superior a 70%. El efecto fue como una bola de nieve: el presidente, que ya era popular, se fortalecía por estar en campaña, algo que inevitablemente lo ponía en la agenda de la opinión pública. En las elecciones, el resultado final fue una cómoda victoria en primera vuelta para el presidente candidato. En la segunda campaña reeleccionista, la de 2014, Santos inició el año con un 39% de aprobación. Si se hacen las veces de “profeta del pasado”, se podría decir que este nivel de aprobación presidencial auguraba una campaña difícil y unas elecciones reñidas, como efectivamente sucedió. El candidato Óscar Iván Zuluaga, respaldado por el expresidente popular, hizo tambalear las aspiraciones reeleccionistas de Santos. El resultado de estas elecciones, como señala Richard (2015), se definió en los últimos días -prácticamente en las últimas horas- y los críticos de Santos tuvieron considerables posibilidades de ganar. Así, las dos campañas reeleccionistas que se presentaron en Colombia confirmaron lo indicado por Burbach (1994), sobre la ventaja que conlleva una aprobación presidencial alta a la hora de competir por la reelección.

Los resultados de esta investigación han corroborado la hipótesis de la responsabilidad y la teoría del voto económico. Con respecto a la primera, cabe suponer que el público colombiano responsabiliza al presidente de la situación económica del país. Esto resulta lógico dado el diseño institucional del Estado colombiano, que le da al presidente mayor libertad en la gestión macroeconómica de la que tendrían muchos gobernantes de regiones como Europa y el Caribe angloparlante (Bosch, Díaz y Riba 2009; Linz 2003). En lo que atañe a la teoría del voto económico, el hecho de hallar una alta significancia estadística y la evidencia de una influencia negativa permiten confirmar lo planteado por autores como Norpoth (1984): aunque existen otros factores, la economía siempre será decisiva en la suerte de los políticos. El público piensa la política fundamentalmente desde sus bolsillos y en función de ello votan y responden encuestas. En Europa, partidos percibidos como culpables de una crisis sufren algo que se ha denominado “voto castigo”: sus antiguos votantes optan

por apoyar a extremistas de izquierda y derecha con el ánimo de mostrar su descontento (La Nación 2012, 7 de mayo).

Aunque se confirma su validez y se sigue consolidando en la bibliografía, hay que tener en cuenta que la teoría del voto económico también comprende matices y trayectorias. No es tan simple como decir que el presidente que tenga los niveles más bajos de inflación y desempleo será el más popular. Si ese fuera el caso, el presidente con mayor aprobación entre los seleccionados para este estudio sería Juan Manuel Santos. Aquí se ha interpretado la trayectoria de la economía colombiana como un proceso de crisis, recuperación y estabilización. Uribe heredó indicadores de inflación y desempleo relativamente altos y durante su mandato se redujeron significativamente. Santos continuó con esta tarea, pero sin el dramatismo y sin el recuerdo inmediato de la situación de crisis. En este sentido, a Uribe le correspondieron los premios por el éxito y a Santos le tocó caer en la paradoja del éxito.

En lo que atañe a la economía también parece demostrarse lo planteado por Lanoue (1989) acerca del efecto diferenciado de la inflación y el desempleo según la posición de los presidentes en el espectro político. Los presidentes observados, por pertenecer a lo que se denominaría derecha, son mayormente castigados por el desempleo porque se los percibe como hostiles hacia los trabajadores y favorables al mercado y sus exigencias. Además, podría pensarse que un ciudadano puede lidiar más fácilmente con la inflación si tiene un empleo que le genera ingresos. Desempleo e inflación alta constituirían una tragedia para cualquiera que tuviera que enfrentarlas juntas, y ésta era la situación de muchos colombianos hacia finales del siglo XX e inicios del XXI.

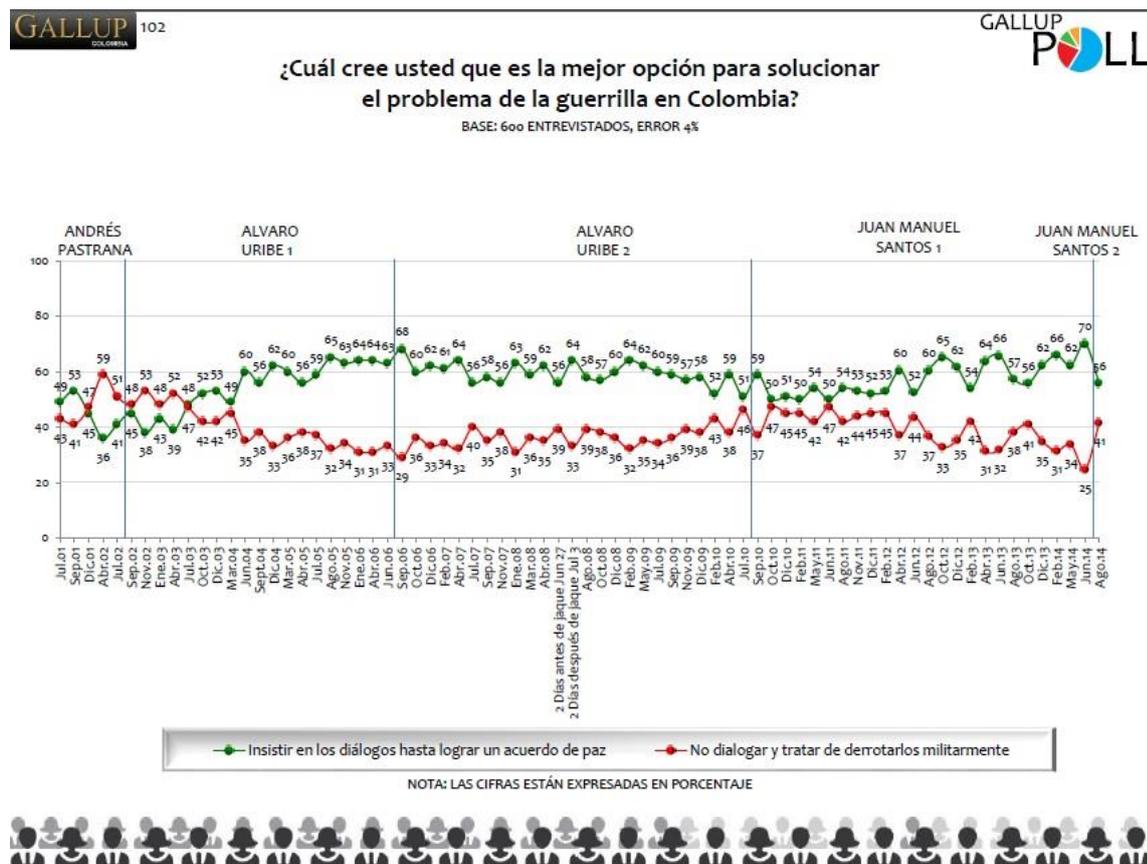
Del examen de la variable costo de la guerra, orientada a medir la intensidad y el dolor colectivo que el conflicto armado provoca en los colombianos, no resultó una significancia tan alta como la de la economía, pero sí un efecto negativo. Sobre esta variable, se planteó la posibilidad de un juicio diferenciado por parte del público. Como afirma Arce (2003), cuando un presidente está negociando el costo de la guerra es culpa suya por su debilidad. Por el otro lado, cuando el presidente está confrontando y atacando a su enemigo, el costo de la guerra no es más que un daño inevitable en el camino hacia la victoria militar. Basta observar los datos de costo de la guerra para los dos primeros años del gobierno Uribe para comprobar que el conflicto siguió siendo igual de cruento, mientras la aprobación presidencial bordeaba el 70%.

Santos, por su parte, tuvo una popularidad superior a 60% hasta el año en que empezó a negociar con las FARC.

Al igual que la teoría del voto económico, las teorías sobre el costo de la guerra y la regularidad que aquí se ha encontrado no deben ser interpretadas de tal forma que: “a menor costo de la guerra, mayor aprobación presidencial”. Cuando Juan Manuel Santos mantenía un bajo costo de la guerra y daba orden de “arreciar, arreciar y arreciar” contra las FARC (SIG 2010, 9 de agosto), era casi tan popular como Uribe. Cuando anunció formalmente una mesa de negociaciones con las FARC su popularidad se desmoronó. Reducir el costo de la guerra a costa de ceses bilaterales y gestos de buena voluntad suena como lo más humanitariamente adecuado. Sin embargo, la opinión pública puede tomar estos acercamientos como muestras de debilidad de un gobierno incapaz de controlar el terrorismo (Ramírez 2011; Caicedo 2016). La victoria del “No” en el plebiscito del 2 octubre de 2016, aunque por pocos votos, es una prueba de lo difundidas que pueden estar estas ideas.

Aunque en algunas ocasiones puede mostrar los rasgos de un público jingoísta, exaltador y promotor de la violencia, el público colombiano es un poco más complejo, cambiante y difícil de interpretar. En los sondeos de Gallup, los encuestados tienden a elegir el diálogo como la mejor solución al problema de la guerrilla (ver Figura 4.1). La solución militar sólo ha sido la preferida por la mayor parte de los encuestados en el período que va de diciembre de 2001 hasta abril de 2003. Esta actitud más jingoísta coincide con el marco de la ruptura del proceso de paz de Pastrana y el inicio del gobierno de Uribe. A medida que pasó el tiempo, la opción negociadora fue ganando apoyo y, para la campaña presidencial de 2014, más del 60% de los encuestados la escogían. Finalmente, Santos fue reelegido con mucha dificultad en 2014 y pudo continuar con su proceso negociador, pero su acuerdo final fue rechazado por más de 6 millones de personas el 2 de octubre de 2016. Resulta entonces que no hay una actitud jingoísta constante y generalizada, ni un rechazo al diálogo en abstracto, pero de igual forma se termina castigando al presidente que logra concretar un avance en este sentido y lo anuncia públicamente.

Figura 4.1. Mejor opción para solucionar el problema de las guerrillas según el público colombiano



Fuente: Gallup Colombia. Informe #102. Septiembre de 2014.

Este estudio invita a seguir avanzando en la conceptualización de las aventuras militares y las reacciones patrióticas. Las aventuras militares, cuando se delimitan a la Operación Jaque y a las bajas del Secretariado de las FARC, pudieron contribuir a saltos de un solo turno. Esto significa que las aventuras militares en una guerra interna prolongada pueden llegar a despertar los mismos sentimientos que lo que la bibliografía conoce como reacción patriótica. El enemigo interno, específicamente sus comandantes, llega a ser considerado como un “otro”. Los daños sufridos por el Estado y la población civil hacen que ese otro sea concebido como un “enemigo pavoroso” (Uribe 2013) y que se evalúe positivamente la caída de sus cabecillas. El presidente que los ataca, por su parte, es representado como un líder fuerte y decidido, y el público lo rodea olvidando por el momento otros aspectos de la gestión presidencial. Es importante señalar que la evaluación del daño puede ser más cualitativa que cuantitativa: en el corto plazo, un comandante dado de baja vale más que decenas de guerrilleros rasos.

A pesar de escándalos como el de la “Yidispolítica”, el de los “falsos positivos” y el de las interceptaciones ilegales del DAS, la popularidad de Uribe se mantuvo cercana a 70% y cerró en 80% en el sondeo de julio de 2010. Para algunos analistas, el apoyo popular a Uribe en el marco de escándalos de distinto tipo era la mejor prueba de los riesgos del Estado de opinión, y de las limitaciones de la opinión pública (las mayorías) como ente de control (Álvaro Forero, 7 de junio de 2009). Este estudio ha demostrado que una decisión jurídica puede ser interpretada de distintas maneras, como los guiños en el trabajo antropológico de Geertz (1994). Como se expone en Caicedo (2016), las investigaciones contra Uribe y sus allegados pueden ser tomadas como signos de una evidente persecución política. En 2015 y 2016, Uribe y su grupo llegaron a afirmar que la Fiscalía estaba coaligada con las FARC para llevarlo a la cárcel (El Tiempo 2016, 21 de julio). Así mismo, el exprocurador Alejandro Ordóñez afirmó que su destitución por la invalidez de su reelección había sido una exigencia de las FARC en los acuerdos de La Habana (Semana 2016, 7 de septiembre). Lo que debería ser un escándalo que mine su popularidad y su legitimidad ante el público, ambos lo capitalizan políticamente para obtener apoyo. Así como en el caso de jueces y fiscales, los políticos opositores y los periodistas son deslegitimados de diversas maneras y apelando a distintos recursos, que van desde su supuesto consumo de drogas hasta conjeturas sobre los nexos que tendrían con la insurgencia (El Tiempo 2009, 11 de febrero; El Espectador 2013, 6 de abril). Al final esta estrategia puede dejar más réditos de popularidad que los resultados en la lucha contra la corrupción.

Esta investigación también puede contribuir al estudio de la influencia de los expresidentes en la política y la opinión pública, y más específicamente en la popularidad del presidente en el cargo. Como lo plantea Edwards III (1997), después de un presidente con un nivel de popularidad extraordinariamente alto, lo que cabe esperar para su sucesor es un declive. Estos nuevos presidentes son comparados constantemente con sus admirados antecesores, a los que difícilmente logran igualar en popularidad. La situación puede ser aún más crítica para el presidente de turno si el expresidente popular se le opone y se dedica a criticar sus acciones. Un expresidente popular en la oposición es un obstáculo para aprobar proyectos de ley en el parlamento, ganar elecciones en la esfera regional y municipal, entre otros elementos de la estrategia del presidente de turno que podrían ser saboteados por completo (Edwards III 1997). Lo sucedido en el plebiscito del 2 de octubre no corresponde al período de esta investigación, pero puede dar cuenta de lo que se está argumentando.

La fundación del partido Centro Democrático puede ser leída como un gesto de inconformidad con Santos y su proceso negociador. El partido surgió en 2012, el mismo año en el que el gobierno de Santos anunció formalmente que entablaría una mesa de negociaciones con las FARC (Caicedo 2016). Uribe y su partido no sólo emiten críticas constantes contra las negociaciones Gobierno-FARC, sino también contra otros elementos de la gestión de Santos como las relaciones internacionales. Los viajes de Uribe a San Andrés después del fallo de La Haya (El Universal 2012, 23 de noviembre) y a Cúcuta en plena crisis colombo-venezolana (El Universal 2015, 24 de agosto) se anunciaban con la intención de acompañar a los afectados. Sin embargo, estas actividades sirven para conseguir apoyo a la vez que para sembrar antagonismo hacia el gobierno. Tanto en la esfera doméstica como en la internacional, la narrativa uribista se sustenta en gran parte en descalificar a Santos por su “debilidad” (Richard 2014; Caicedo 2016).

Desde una reflexión metodológica, esta investigación estaba planteada en términos de causalidad. La bibliografía y las teorías sobre las causas de la aprobación presidencial conducían a un análisis predominantemente cuantitativo. Se podría afirmar que la orientación cuantitativa llevó a priorizar aspectos como la medición de los indicadores y la construcción del modelo para el análisis estadístico. Para que la investigación y sus resultados fueran sólidos, replicables y generalizables, fue necesario recolectar datos estadísticos y a partir de los mismos evaluar la mayor cantidad de implicaciones observables de teorías como el ciclo electoral, el voto económico y el uso distractor de la fuerza. Sin embargo, el esfuerzo en la recolección de datos estadísticos debió ser complementado con el conocimiento sobre el contexto histórico en el que se desarrollaron los hechos, ya que en múltiples ocasiones fue necesario hacer inferencias más allá de los datos. Se construyó este conocimiento del contexto a partir de libros, artículos académicos, notas de prensa y los propios recuerdos como ciudadano colombiano. Sin este ingrediente de ubicación contextual y sin el conocimiento de la teoría, el análisis estadístico puede ser muy limitado (Tilly y Goodin 2011; Gujarati 1997).

Aunque para esta investigación se buscó un alcance amplio, que permitiera maximizar la fortaleza del análisis estadístico y la generalización, se prestó especial atención a observaciones sustantivamente importantes en la explicación de la popularidad de los presidentes colombianos. Como se habrá dado cuenta el lector, se atienden tendencias

generales y de largo plazo, sin perder de vista momentos excepcionales como los saltos de un solo turno. Complementar ambos niveles de análisis es fundamental cuando se estima la existencia de variables de evento, con un impacto elevado pero fugaz en la aprobación presidencial. Sobre la experiencia de investigar la aprobación presidencial en Colombia, habría que agregar que la empresa se dificulta por la carencia de sondeos tomados con regularidad, el mismo problema de prácticamente toda América Latina (Pérez-Liñán 2009). La extrapolación de los datos en la variable aprobación presidencial sólo se ha permitido porque su comportamiento es poco volátil en Colombia. En otros contextos, en los que es sabido que la opinión pública cambia drásticamente de una encuesta a otra, esta estrategia podría quedar inhabilitada o llevar a una lectura imprecisa (Arce y Carrión 2010).

Se ha considerado importante profundizar en el fenómeno de la proliferación de presidentes suramericanos abordado por autores como Ortiz y García (2014). Estos presidentes se vieron igualmente beneficiados por un proceso de fragmentación del sistema de partidos y por una bonanza económica. De esta reflexión se podría derivar una nueva agenda de investigación que tenga por objetivo hacer un análisis comparativo de estos casos. Este nuevo modelo debe ser sensible a variables políticas y económicas y podría conducir a la explicación del fenómeno de la proliferación de presidentes populares en la región. Así mismo, las tendencias de la economía podrían explicar el descenso que ha experimentado la aprobación presidencial en América Latina, como tendencia general (CNN 2016, 14 de abril).

La realización del estudio comparado sobre presidentes suramericanos en función de variables económicas y políticas permitiría además preguntarse por los efectos diferenciados de la variable ciclo electoral en países que han sido más o menos estables políticamente, donde algunos presidentes se han permitido más reelecciones y más años de gobierno que otros, y donde los períodos presidenciales tienen distintas duraciones como 4 años en Colombia y 5 en Venezuela. Estos casos, además, permitirían seguir profundizando en el análisis de las reacciones de la opinión pública en situaciones crisis y no-crisis. En países como Brasil, Colombia y Venezuela, el que ha lidiado con el fin de la bonanza de las materias primas ha sido un sucesor de un presidente extraordinariamente popular, con los efectos negativos que esto le puede agregar. En otros casos como Ecuador y Bolivia han sido los mismos presidentes los que han administrado todo el ciclo crisis-bonanza-crisis. Estas trayectorias

pueden llevar a distintos resultados, por lo que se podría hacer un gran aporte analítico y teórico continuando con este estudio en un nivel comparado e internacional.

Estudiar los países de la proliferación de presidentes populares también serviría para crear nexos entre las explicaciones basadas en los estímulos ambientales y las que recurren a la idiosincrasia, la retórica y el carácter de cada presidente como individuo. Incluso un análisis desde la teoría weberiana del carisma (Weber 1964) o desde las reflexiones de Geertz (1994) sobre la *baraka*, exigiría como condición necesaria la existencia de un ambiente favorable al líder carismático, que le permita constantemente corroborar sus cualidades. Cuando se sabe que tantos países en una misma región llegaron a contar con un presidente popular, la explicación de la aprobación presidencial no se debería buscar exclusivamente en factores actitudinales.

Por último, sería interesante continuar un estudio de la aprobación presidencial acotado al caso colombiano, profundizando en la construcción de un marco teórico sensible al mismo. En lo que tiene que ver con el período de estudio, habría que ampliarlo hasta el 2018 para cubrir el desarrollo del proceso negociador de Santos y las correspondientes reacciones de la opinión pública ante los avances y retrocesos del mismo. La popularidad de Santos y la confianza de los colombianos en los procesos de diálogo dependerán en gran medida del éxito o fracaso que resulte de las negociaciones de La Habana. Además, en 2016 ha ingresado al campo de juego un asesor de comunicación política. Se trata de Camilo Granda, quien tratará de elevar la popularidad de Santos (Semana 2016, 26 de abril). En un diálogo con autores como Conaghan y De la Torre (2008) y Mejía (2012), que investigan en detalle el rol desempeñado por los asesores de campaña de Rafael Correa, la estrategia de Granda y los resultados de la misma constituirían un tema atrayente para los estudiosos de la política y el marketing político.

Glosario

CINEP	Centro de Investigaciones y Educación Popular
ELN	Ejército de Liberación Nacional
EPL	Ejército Popular de Liberación
ERP	Ejército Revolucionario del Pueblo
ETA	Euskadi ta Askatasuna / País Vasco y Libertad
EEUU	Estados Unidos de América
FARC	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia
IRA	Irish Republican Army / Ejército Republicano Irlandés
LAPOP	Latin American Public Opinion Project / Proyecto de Opinión Pública de América Latina
PPK	Partiya Karkerên Kurdistan / Partido de los Trabajadores de Kurdistán
SIG	Sistema de Información del Gobierno

Lista de referencias

- Adams, David Keith. 1975. "Review of John Mueller War, Presidents and Public Opinion". *International affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-)* 51(4): 628.
- Apablaza, Carolina y Jiménez, Francisco. 2009. "Factores Explicativos de la Aprobación Presidencial". *Sociedad y Economía* 114: 5-12.
- Arce, Moisés. 2003. "Political Violence and Presidential Approval in Peru". *The Journal of Politics* 65(2): 572-583.
- Arce, Moisés y Carrión, Julio. 2010. "Presidential Support in a Context of Crisis and Recovery in Peru, 1985-2008". *Journal of Politics in Latin America* 2(1): 31-51.
- Atehortúa, Adolfo. (2007). *Las Banderas del Presidente Uribe*. Bogotá D.C.: La Carreta.
- Baker, William y Oneal, John. 2001. "Patriotism or Opinion Leadership?: The Nature and Origins of the 'Rally Round the Flag Effect'". *The Journal of Conflict Resolution* 45(5): 661-687.
- Baum, Matthew 2002. "The Constituent Foundations of the Rally-Round-the-Flag Phenomenon". *International Studies Quarterly* 46: 263-298.
- Bennett, Elizabeth. 2014. "Terrorist Attacks and Presidential Approval Rating". *Politikon: IAPSS Political Science Journal* 22: 27-44.
- Berlemann, Michael y Enkelmann, Sören. 2014. "The Economic Determinants of U.S. Presidential Approval: A survey". *European Journal of Political Economy* 36: 41-54.
- Berrebi, Claude y Klor, Esteban. 2008. "Are Voters Sensitive to Terrorism? Direct Evidence from the Israeli Electorate". *American Political Science Review* 102(3): 279-301.
- Bosch, Agustí, Díaz, Aida. y Riba, Clara. 1999. "Las funciones de popularidad: Estado de la cuestión y principales debates". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* 85: 171-197.
- Bourdieu, Pierre. 1990. "La opinión pública no existe". Conferencia impartida en Noroit (Arras) en enero de 1972 y publicada en *Les temps modernes* 318, enero de 1973: 1292-1309. Traducido al español en: http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf
- Burbach, David. 1994. "Presidential Approval and the Use of Force". Defense and Arms Control Studies (DACS) Program Working Paper. Massachusetts Institute of Technology.
- Burbano de Lara, Felipe. 2010. *Transiciones y rupturas. El Ecuador en la segunda mitad del siglo XX*. Quito: FLACSO-Sede Ecuador, Ministerio de Cultura.

- Caicedo, Juan Manuel. 2016. “¿Esta es la paz de Santos? El partido Centro Democrático y su construcción de significados alrededor de las negociaciones de paz”. *Revista CS* 19: 15-37.
- Canel, María José. 2009. “El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles”. *Análisi* 38: 219-236.
- Castro, María José 2015. “El desempeño en las legislaturas con bajo nivel de profesionalización”. Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Sede Ecuador.
- Clarke, Harold, Rapkin, Jonathan y Stewart, Marianne. 1994. “A President out of Work: A Note of the Political Economy of Presidential Approval in the Bush Years”. *British Journal of Political Science* 24(4): 535-548.
- Conaghan, Catherine y De la Torre, Carlos. 2008. “The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador’s Plebiscitary Presidency”. *International Journal of Press/Politics* 14(3): 335-352.
- Corrales, Javier. 2006. “Hugo Boss”. *Foreign Policy*, 152, 32-40.
- Dahl, Robert. 1989. *La poliarquía*. Madrid: Tecnos.
- Daza, Carlos Andrés. 2010. “Análisis de las estrategias de marketing político de Álvaro Uribe Vélez durante sus campañas electorales de 2002 y 2006 y durante el ejercicio de su gobierno presidencial en Colombia”. Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana, Sede Bogotá D.C.
- DeRouen, Karl. 2000. “Presidents and the Diversionary Use of Force: a Research Note”. *International Studies Quarterly* 44(2): 317-328.
- Edwards III, George. 1997. “Aligning Test with Theory: Presidential Approval as a Source of Influence in Congress”. *Congress & the Presidency* 24(2): 113-130.
- Eisenstein, Maurice y Witting, Marie. 2000. “Time and the Life Cycle of Presidential Approval: A Research Note”. *The Social Science Journal* 37(1): 27-42.
- Escobar, Maria y Taylor, Michelle. 2005. “Women Ministers in Latin American Government: When, Where and Why?”. *American Journal of Political Science* 49(4): 829-844.
- Fernández, Roque y Hanson, James. 1977. “Las interrelaciones de corto plazo entre la inflación, la producción, y el empleo en América Latina”. En CEPAL-ILPES *Planificación de Corto Plazo: La Dinámica de los Precios, el Empleo y el Producto*. Santiago de Chile: Cuadernos del ILPES 25: 1-22.

- Ferreira, Alex Luiz y Naruhiko, Sérgio. 2013. "Personal charisma or the economy? Macroeconomics indicators of presidential approval ratings in Brazil". *Economía* 14: 214-232.
- Fox, Gerald. 2009. "Partisan Divide on War and the Economy: Presidential Approval of G. W. Bush". *The Journal of Conflict Resolution* 53(6): 905-933.
- Geertz, Clifford. 1994. "Centros, reyes y carisma: una reflexión sobre el simbolismo del poder". En *Conocimiento local: ensayos sobre la interpretación de las culturas*, 147-171. Barcelona: Paidós.
- Geys, Benny. 2009. "Wars, presidents and popularity: The political cost of war re-examined". *WZB Discussion Paper SPII 2009-11*.
- Giraldo, Jorge. 2015. *Las ideas de la guerra. Justificación y crítica en la Colombia contemporánea*. Bogotá D.C.: Debate.
- Greene, Steven. 2001. "The Role of Character Assessments in Presidential Approval". *American Politics Research* 29(2): 196-210.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Econometría Básica*. Bogotá D.C.: McGraw-Hill.
- Hetherington, Marc y Nelson, Michael. 2003. "Anatomy of a Rally Effect: George W. Bush and the War on Terrorism. Political Science and Politics". *Political Science and Politics* 36 (1): 37-42.
- Hibbs, Douglas. 1977. "Political Parties and Macroeconomic Policy". *The American Political Science Review* 71(4): 1467-1487.
- Kam, Cindy y Ramos, Jennifer. 2008. "Joining and Leaving the Rally: Understanding the Surge and Decline in Presidential Approval Following 9/11". *Public Opinion Quarterly* 72(4): 619-650.
- Kibris, Arzu. 2011. "Funerals and Elections: The Effects of Terrorism on Voting Behavior in Turkey". *The Journal of Conflict Resolution* 55(2): 220-247.
- King, Gary, Keohane, Robert y Verba, Sidney. 2000. *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza Editorial.
- King, James. 1999. "Looking Back at Chief Executives: Retrospective Presidential Approval". *Presidential Studies Quarterly* 29(1): 166-174.
- Lanoue, David. 1989. "The 'Teflon Factor': Ronald Reagan & Comparative Presidential Popularity". *Polity* 21(3): 481-501.
- Linz, Juan José. 2003. "The Perils of Presidentialism". En *The Democracy Sourcebook*, editado por Robert Dahl, Ian Shapiro, José Antonio Cheihub, 258-265. Boston: The MIT Press.

- MacKuen, Michael. 1983. "Political Drama, Economic Conditions, and the Dynamics of Presidential Popularity". *American Journal of Political Science* 27(2): 165-192.
- Maquiavelo, Nicolás. 1998. *El Príncipe*. Madrid: Alianza Editorial.
- Marra, Robin, Ostrom, Charles y Simon, Dennis. 1990. "Foreign Policy and Presidential Popularity: Creating Windows of Opportunity in the Perpetual Election". *The Journal of Conflict Resolution* 34(4): 588-623.
- Martini, Stella. 2012. "Opinión pública, medios masivos y control social: ¿los bárbaros están entre nosotros?". En *Comunicación pública del crimen y gestión del control social*, Stella Martini y María Eugenia Contursi, 19-46. Buenos Aires: La Crujía.
- McAvoy, Gregory. 2006. "Stability and Change: The Time Varying Impact of Economic and Foreign Policy Evaluations on Presidential Approval". *Political Research Quarterly* 59(1): 71-83.
- Mayorga, René Antonio. 2003. "Bolivia: metamorfosis del Sistema de partidos". *Íconos: Revista de Ciencias Sociales* 16: 96-105.
- Meernik, James y Waterman, Peter. 1996. "The Myth of the Diversionary Use of Force by American Presidents". *Political Research Quarterly* 49(3): 573-590.
- Meichsner, Sylvia. 2007. "El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu". *Iberóforum* 2(3), 1-22.
- Mejía, Santiago. 2012. "Rafael Correa: un presidente popular. Causas de los altos índices de aceptación". Tesis de maestría. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Sede Ecuador.
- Molina, Jesús María. 2011. "La identificación de los colombianos con Álvaro Uribe Vélez: del cálculo de los discursos al goce del fuego cruzado". Tesis de maestría. Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá D.C.
- Mueller, John. 1970. "Presidential Popularity from Truman to Johnson". *American Political Science Review* 64: 18-33.
- _____. 2003. "Policing the Remnants of War". *Journal of Peace Research* 40(5): 507-518.
- Paldam, Martin y Nannestad, Peter. 1994. "The VP-function: A Survey of the Literature on Vote and Popularity functions after 25 years". *Public Choice* 79: 213-245.
- Newman, Brian. 2003. "Integrity and Presidential Approval, 1980-2000". *Public Opinion Quarterly* 67(3): 335-367.

- Norman, Jocelyn. 2012. "The Rally Around the Flag Effect: A Look at Former President George W. Bush and Current President Barack Obama". Thesis in Partial Fulfillment of the Requirements for Distinction in the Departments of Political Science and Peace Studies. College of St. Benedict/St. John's University.
- Norpoth, Helmut. 1984. "Economics, Politics, and the Cycle of Presidential Popularity". *Political Behavior* 6(3): 253-273.
- _____. 1996. "Presidents and the Prospective Voter". *The Journal of Politics* 58(3): 776-792.
- O'Donnell, Guillermo. 2002. "Las poliarquías y la (in)efectividad de la ley en América Latina". En *La (in)efectividad de la ley y la exclusión en América Latina* compilado por Juan Méndez, Guillermo O'Donnell y Paulo Sérgio Pinheiro, 305-336. Buenos Aires: Paidós.
- Ortiz, Alejandra y García, Miguel. 2014. "Porque te quiero te apoyo. Estilo de gobierno y aprobación presidencial en América Latina". *Revista de Ciencia Política* 34(2): 373-398.
- Pachano, Simón. 2007. *La trama de Penélope. Procesos políticos e instituciones en el Ecuador*. Quito: FLACO-Sede Ecuador.
- Page, Benjamin, Shapiro, Robert y Dempsey, Glenn. 1987. "What moves public opinion?". *The American Political Science Review* 8(1): 23-44.
- Pérez-Liñán, Aníbal. *Juicio político al presidente y nueva inestabilidad política en América Latina*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Quintero, Diana, Lahuerta, Yilberto y Moreno, Johanna. 2008. "Un índice de criminalidad para Colombia". *Criminalidad* 50(1): 39-57.
- Ramírez, Magda Juliana. 2011. "Álvaro Uribe Vélez y el liderazgo racional-carismático". Tesis de maestría. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá D.C.
- Richani, Nazih. 2003. *Sistemas de guerra: la economía política del conflicto en Colombia*. Bogotá D.C.: Editorial Planeta S.A.
- Richard, Eugenie. 2015. "Elecciones presidenciales en Colombia 2014: construcción de relatos de paz". *Zero* 33. <http://zero.uexternado.edu.co/elecciones-presidenciales-en-colombia-en-2014-construccion-de-relatos-de-paz/>
- Roa, María Gertrudis. 2011. *Usos de remesas procedentes de España en la región Pacífica colombiana*. Cali: Universidad del Valle.

- Romero, Vidal. 2013. "Impacto de los temas de seguridad pública en la aprobación presidencial". *Política y gobierno* Volumen temático 2013 "Desafíos de la Política Mexicana": 117-138.
- _____. 2014. "Presidential approval in hard times: Mexico's war on crime". Working Paper Series 3, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- Stimson, James. 1976. "Public Support for American Presidents: A Cyclical Model". *Public Opinion Quarterly* 40(1): 1-21.
- Stokes, Susan (Ed.). 2001. *Public Support for Market Reforms in New Democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tilly, Charles y Goodin, Robert. 2011. "It depends". En *The Oxford Handbook of Contextual Political Analysis*, editado por Charles Tilly and Robert Goodin, 3-32. Nueva York: Oxford University Press.
- Uribe, Catalina. 2013. "Medios y estrategias de comunicación en la guerra (caso Colombia)". *Más poder local* 18: 46-54.
- Weber, Max. 1964. *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Weyland, Kurt. 2000. "A Paradox of Success? Determinants of Political Support for President Fujimori". *International Studies Quarterly* 44(3): 481-502.
- Wilde, Oscar. 1985. *El Retrato de Dorian Gray*. Bogotá D.C.: La Oveja Negra.
- Wooldridge, Jeffrey. 2010. *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno*. México: CENCAGE Learning.

Notas de prensa

- Álvaro Forero. (2009. 7 Jun.). "Estado de opinión: fase superior del Estado de Derecho". *El Espectador*, 7 de junio de 2009. <http://www.elespectador.com/columna144625-estado-de-opinion-fase-superior-del-estado-de-derecho> (consultado el 20 de junio de 2016).
- BBC. (2001. 7 Abr.). "Venezuela: Ballestas acusado formalmente". http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_1265000/1265284.stm (consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2009. 27 Jul.). "Suecia reclama a Venezuela por armas". http://www.bbc.com/mundo/america_latina/2009/07/090727_2010_farc_armas_suecia_rb.shtml (consultado el 17 de mayo de 2017).
- _____. (2015. 15 Oct.). "¿Qué le dejó a América Latina la década de bonanza minera que está llegando a su fin?".

- http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151014_economia_decada_bonanza_minera>If (consultado el 4 de octubre de 2016).
- CNN. (2016. 14 Abr.). “En picada, aprobación de presidentes en América Latina”.
<http://cnnespanol.cnn.com/2016/04/14/en-picada-aprobacion-de-presidentes-en-america-latina/> (consultado el 20 de septiembre de 2016).
- El Espectador. (2009. 20 Abr.). “Crece debate por negocio de los hijos de Uribe”.
<http://www.elespectador.com/impreso/articuloimpreso136936-crece-debate-negocio-de-los-hijos-de-uribe> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2012. 19 Nov.). “Colombia conserva los cayos pero pierde una porción de mar”. <http://www.elespectador.com/noticias/politica/colombia-conserva-los-cayos-pierde-una-porcion-de-mar-articulo-387842> (consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2013. 6 Abr.). “Entre porro y porro”.
<http://www.elespectador.com/noticias/nacional/entre-porro-y-porro-articulo-414457> (consultado el 17 de octubre de 2016).
- _____. (2015. 1ro Jul.). “En mi gobierno no ha habido un solo funcionario cuestionado: Santos”. <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/mi-gobierno-no-ha-habido-un-solo-funcionario-cuestionad-articulo-569523> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2015. 16 Abr.). “Farc critica a Santos por reanudar bombardeos”.
<http://www.elespectador.com/noticias/paz/farc-critica-santos-reanudar-bombardeos-articulo-555347> (consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2015. 28 Jun.). “Colombia – Venezuela: la nueva guerra fría”.
<http://www.elespectador.com/opinion/colombia-venezuela-nueva-guerra-fria> consultado el 20 de agosto de 2016).
- El País (Col.). (2010. 8 Jul.). “Alirio Villamizar, primer condenado por carrusel de notarías”.
<http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/alirio-villamizar-primer-condenado-por-carrusel-notarias> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2013. 29 May.). “Capriles reiteró en Colombia petición de auditoría a elecciones en Venezuela”. <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/henrique-capriles-esta-casa-narino-reunido-con-presidente-santos> (consultado el 20 de agosto de 2016).

- _____. (2015. 20 Nov.). “Por fallo de La Haya, San Andrés y Providencia llevan tres años a la deriva”. <http://www.elpais.com.co/elpais/colombia/noticias/por-fallo-haya-san-andres-y-providencia-llevan-tres-anos-deriva> (consultado el 20 de agosto de 2016).
- El País (Esp.) (2008. 9 Mar.). “Así fue la Operación Fénix”.
http://elpais.com/diario/2008/03/09/internacional/1205017202_850215.html (consultado el 20 de agosto de 2016).
- El Tiempo. (2001. 29 Jul.). “La batalla del Pacífico”.
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-450528> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2005. 9 Nov.). “Los rastros que dejó la captura de Rodrigo Granda en Venezuela”. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1677711> (consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2009. 10 Feb.). “El caso Carimagua”.
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4807995> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2015. 15 Abr.). “Yidispolítica, el escándalo que nos dejó la reelección de Uribe”.
<http://www.eltiempo.com/politica/justicia/que-es-la-yidispolitica/15575795> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2016. 21 Jul.). “Tras mensaje de guerrillero, Uribe dice que buscan llevarlo a prisión”. <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/uribe-dice-que-quieren-llevarlo-a-la-carcel/16650565> (consultado el 17 de octubre de 2016).
- El Universal (Col.). (2012. 23 Nov.). “Uribe viaja a San Andrés a promover rechazo al fallo de La Haya”. <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/uribe-viaja-san-andres-promover-rechazo-al-fallo-de-la-haya-99249> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2015. 24 Ago.). “Expresidente Álvaro Uribe asistirá este lunes a la frontera con Venezuela”. <http://www.eluniversal.com.co/colombia/expresidente-alvaro-uribe-asistira-este-lunes-la-frontera-con-venezuela-203716> (consultado el 2 de octubre de 2016).
- Globovisión. (2001. 26 Dic.). “Caso Ballestas”.
http://www.uru.org/papers/200103_CasoBallestas_Globovision.htm (consultado el 20 de agosto de 2016).

- La Nación. (2010. 17 Jul.). “Colombia lleva su denuncia ante la OEA”.
<http://www.lanacion.com.ar/1285656-colombia-lleva-su-denuncia-ante-la-oea>
(consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2012. 7 May.). “Voto castigo en Grecia a los partidos tradicionales”.
<http://www.lanacion.com.ar/1471108-voto-castigo-en-grecia-a-los-partidos-tradicionalesproyecciones> (consultado el 5 de octubre de 2016).
- La Vanguardia. (2016. 10 Oct.). “Trump sigue vivo a pesar de todo”.
<http://www.lavanguardia.com/internacional/20161010/41890330594/debate-presidencial-eeuu-donald-trump-hillary-clinton.html> (consultado el 10 de octubre de 2016).
- Portafolio. (2013. 12 Sep.). “20 años de neoliberalismo”.
<http://www.portafolio.co/opinion/hernando-zuleta/20-anos-neoliberalismo-74172>
(consultado el 20 de agosto de 2016).
- Sistema de Información del Gobierno (SIG) (2010. 9 Ago.). “¡Arreciar, arreciar y arreciar!”.
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2010/Agosto/Paginas/20100809_04.aspx
(consultado el 2 de octubre de 2016).
- Semana. (2006. 11 Feb.). “Hay Gata encerrada”. <http://www.semana.com/nacion/articulo/hay-gata-encerrada/77322-3> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2006. 11 Nov.). “Las pruebas hablan por sí solas”.
<http://www.semana.com/nacion/articulo/las-pruebas-hablan-si-solas/81948-3>
(consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2007. 22 Nov.). “De manera fulminante, el Presidente Uribe le pone fin a la mediación a Hugo Chávez y la senadora Piedad Córdoba con las Farc”.
<http://www.semana.com/on-line/articulo/de-manera-fulminante-presidente-uribe-pone-fin-mediacion-hugo-chavez-senadora-piedad-cordoba-farc/89622-3> (consultado el 20 de agosto de 2016).
- _____. (2008. 27 Sep.). “¿Falsos positivos mortales?”.
<http://www.semana.com/nacion/articulo/falsos-positivos-mortales/95607-3> (consultado el 15 de agosto de 2016).
- _____. (2009. 21 Feb.). “El DAS sigue grabando”.
<http://www.semana.com/nacion/articulo/el-das-sigue-grabando/100370-3> (consultado el 15 de agosto de 2016).

- _____. (2016. 7 Sep.). “La expulsión del procurador es el primer pacto de La Habana”. <http://www.semana.com/nacion/articulo/alejandro-ordonez-reacciona-a-su-destitucion-como-procurador/492815> (consultado el 17 de octubre de 2016).
- _____. (2016. 26 Abr.). “Camilo Granda, el hombre que se encargará de subir la imagen de Santos”. <http://www.semana.com/nacion/articulo/camilo-granda-nuevo-consejero-para-las-comunicaciones-de-santos/471172> (consultado el 30 de mayo de 2016).

Consultas web

- Asociación de Comunicación Política (ACOP). (2016). “Ranking de Popularidad Octubre 2016”. <http://compolitica.com/acop/tabla-de-popularidad/> (consultado el 16 de octubre de 2016).
- Descubre, canal de YouTube, “Gran debate presidencial junio 5 de 2014 Colombia decide Canal Caracol 1”, vídeo 20:10, emitido el 5 de junio de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=HgmPPiKdWJw>
- Gallup Poll Colombia. (2015). Informe #102. <http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/GALLUP%23%20102.pdf>
- Red Nacional de Información. (2016). “Registro Único de Víctimas”. Fecha de corte: Febrero 01 de 2016. <http://rni.unidadvictimas.gov.co/?q=node/107> (consultado el 3 de marzo de 2016).