

La decisión electoral es una obra de referencia para el estudio de la política mexicana, por uno de los científicos sociales más talentosos de México. Por medio de un detallado análisis de una gran cantidad de evidencia empírica, Alejandro Moreno ofrece una aguda descripción de cómo está evolucionando la política mexicana. Este trabajo ilustra cómo los intereses cambiantes de los votantes están moldeando las fortunas de los principales partidos políticos, cómo las fuerzas de la modernización han promovido el surgimiento de una democracia genuinamente competitiva y cómo es probable que a ésta le vaya en el futuro cercano.

DR. RONALD INGLEHART

Profesor de ciencia política, Universidad de Michigan
y presidente de la Encuesta Mundial de Valores

La decisión electoral, por uno de los mejores politólogos mexicanos, es un libro esencial para cualquiera que busque entender la dinámica del comportamiento electoral en México, así como la dramática transformación por la que recientemente ha pasado su sistema de partidos. Con base en un riguroso análisis de una rica colección de encuestas, Alejandro Moreno identifica y mide el impacto de varios factores que han contribuido a esta transformación, poniendo especial atención en los cambios en las actitudes y preferencias partidarias que ocurrieron entre 2000 y 2006.

DR. RICHARD GÜNTHER

Profesor de ciencia política, Universidad Estatal de Ohio
y coordinador del Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales

Lleno de información, preciso en su análisis, elegante en su redacción, y perspicaz en su diagnóstico, este excelente libro nos orienta a reflexionar sobre el votante mexicano durante esta década y por tanto permite comprender mejor el clave eslabón electoral, que es un baluarte esencial de la democracia en México.

JORGE I. DOMÍNGUEZ

Profesor, Harvard University

ALEJANDRO MORENO es profesor de ciencia política en el Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM, y jefe del Departamento de Investigación por Encuestas del diario *Reforma*, ambos en la Ciudad de México.

Miguel Ángel
Porrúa



La decisión electoral

Alejandro Moreno

La **decisión** **electoral**

Votantes, partidos y democracia
en **México**

Alejandro Moreno



Las Ciencias
Sociales
TERCERA DÉCADA



Las Ciencias
Sociales
TERCERA DÉCADA



Miguel Ángel
Porrúa

H. CÁMARA DE DIPUTADOS
LX LEGISLATURA



CONOCER PARA DECIDIR se denomina la serie que en apoyo a la investigación académica en ciencias sociales, la Cámara de Diputados LX Legislatura –refrendando el acuerdo de la anterior LIX Legislatura–, lleva a cabo en coedición en atención al histórico y constante interés del H. Congreso de la Unión por publicar obras trascendentes que impulsen y contribuyan a la adopción de las mejores decisiones en políticas públicas e institucionales para México en su contexto internacional; ello a efecto de atender oportunamente las diversas materias sobre las que versa el quehacer legislativo.

El acuerdo para coeditar las obras que conforman la serie se ha establecido con diferentes instituciones académicas, organismos federales y estatales; así también, con autores y asociaciones independientes.

Los títulos que caracterizan a la serie, se complementan con expresiones culturales de interés nacional que coadyuvan en las tareas propias del legislador mexicano.



INSTITUCIONES COEDITORAS

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior	Fundación Mexicana de Estudios Políticos y Administrativos, A.C.	Secretaría de la Reforma Agraria	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Cámara de Diputados <i>LIX Legislatura</i> <i>LX Legislatura</i>	Gobierno del Estado de Chiapas	Siglo XXI Editores	Universidad Nacional Autónoma de México
Centro de Estudios de México	Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa	Simon Fraser University	<i>Centro de Estudios sobre la Universidad</i>
Centro de Investigación para el Desarrollo, A.C.	Ibero-Amerikanisches Institut	Sociedad Mexicana de Medicina Conductual	<i>Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades</i>
Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social	Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C.	Universidad Anáhuac del Sur	<i>Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias</i>
Centro de Investigación y Docencia Económicas	Instituto Federal Electoral	Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca	<i>Dirección General de Publicaciones y Formato Editorial</i>
Centro del Tercer Mundo para el Manejo del Agua	Instituto Iberoamericano para el Fortalecimiento del Poder Legislativo, A.C.	<i>Instituto de Investigaciones Sociológicas</i>	<i>Facultad de Contaduría y Administración</i>
Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales	Instituto Mexicano de Estrategias	Universidad Autónoma de Baja California	<i>Facultad de Economía</i>
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes	Instituto Tecnológico Autónomo de México	Universidad Autónoma del Estado de México	<i>Facultad de Estudios Superiores Acatlán</i>
<i>Instituto Nacional de Antropología e Historia</i>	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Universidad Autónoma de Yucatán	<i>Instituto de Geografía</i>
El Colegio de la Frontera Norte, A.C.	<i>Campus Ciudad de México</i>	Universidad Autónoma de Zacatecas	<i>Instituto de Investigaciones Económicas</i>
El Colegio de San Luis	<i>Campus Estado de México</i>	<i>Doctorado en Estudios del Desarrollo</i>	<i>Instituto de Investigaciones Sociales</i>
El Colegio de Sonora	<i>Campus Monterrey</i>	Universidad Autónoma Metropolitana	<i>Programa Universitario de Estudios de Género</i>
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México	<i>Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública</i>	Unidad Azcapotzalco	<i>Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad</i>
Fundación Colosio, A.C.	El Colegio de la Frontera Norte, A.C.	Unidad Iztapalapa	<i>Seminario de Educación Superior</i>
Fundación Instituto Universitario de Investigación José Ortega y Gasset	El Colegio de Sonora	Unidad Xochimilco	Pedagógica Nacional
Fundación Konrad Adenauer, A.C.	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México	<i>Programa Universitario Integración en las Américas</i>	Universidad Veracruzana
	Fundación Colosio, A.C.	Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas	Universitat Autònoma de Barcelona
	Fundación Instituto Universitario de Investigación José Ortega y Gasset	Universidad de California Santa Cruz	
	Fundación Konrad Adenauer, A.C.	Universidad de Colima	
		Universidad de Guadalajara	
		Universidad de Occidente	

La **decisión**
electoral

Votantes, partidos y democracia

México

La **decisión** **electoral**

Votantes, partidos y democracia

México

Alejandro Moreno



**CONOCER
PARA DECIDIR** | CONSEJO
EDITORIAL
EN APOYO A LA
INVESTIGACIÓN
ACADÉMICA

Miguel Ángel

Porrúa

MÉXICO • 2009

La H. CÁMARA DE DIPUTADOS, LX LEGISLATURA,
participa en la coedición de esta obra al
incorporarla a su serie CONOCER PARA DECIDIR

Coeditores de la presente edición

H. CÁMARA DE DIPUTADOS, LX LEGISLATURA
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor

Primera edición, julio del año 2009

© 2009

ALEJANDRO MORENO

© 2009

Por características tipográficas y de diseño editorial
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor

Derechos reservados conforme a la ley
ISBN 978-607-401-127-2

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta
del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la
autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de
lo así previsto por la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso,
por los tratados internacionales aplicables.

IMPRESO EN MÉXICO



PRINTED IN MEXICO

www.maporrúa.com.mx

Amargura 4, San Ángel, Álvaro Obregón, 01000 México, D.F.

Agradecimientos

Mi interés por el comportamiento electoral de los mexicanos surgió hace casi 20 años. Desde entonces, mis investigaciones han recibido y se han beneficiado, de los comentarios de diversos expertos en el tema, no sólo de México, sino de varios países del mundo. Este libro no estuvo exento de ese beneficio. Algunos colegas hicieron una lectura directa del manuscrito y otros me manifestaron sus comentarios en conferencias académicas o grupos de trabajo.

Agradezco a todos los que han contribuido a esta obra con sus ideas y críticas, así como a aquellos con quienes he compartido ricas experiencias al formar parte de grupos de investigación internacional. Entre esos grupos está la Asociación de la Encuesta Mundial de Valores (WVSA), proyecto que continúa siendo mi más valiosa brújula para entender a los mexicanos en una perspectiva comparativa. Agradezco a su presidente, Ronald Inglehart, y a muchos de sus miembros con quienes he tenido la oportunidad de interactuar e intercambiar ideas: César Aguiar, Miguel Basáñez, Fares al Braizat, Thawilwade Burekuul, Marita Carballo, Henrique Carlos de O. de Castro, Yilmaz Esmer, Gabriela Catterberg, Juan Díez Nicolás, Jaime Díez Medrano, Christian W. Haerper, Carlos Huneeus, Hans Dieter Klingemann, Hennie Kotze, Marta Lagos, Ola Listhaug, Shen Mingming, Mansoor Moaddel, Neil Nevitte, Pippa Norris, Thorleif Pettersson, Bi Puranen, Catalina Romero, Renata Siemienska, John Sudarsky, Chris Welzel, Sir Robert Worcester, Ignacio Zuasnabar y varios investigadores principales de la encuesta en diversos países.

En 2005 tuve la oportunidad de unirme al Proyecto Comparativo de Elecciones Nacionales (CNEP), dedicado específicamente al estudio del comportamiento electoral en escala internacional. Agradezco a Richard Gunther y a José Ramón Montero por abrirme las puertas de este distinguido

grupo de investigadores, a quienes doy un reconocimiento por el impacto tan favorable que mi interacción con ellos tuvo en este libro: Paul A. Beck, Paolo Belluci, Jacqueline Borel-Saladin, Oscar Bottinelli, Alejandro Catterberg, Marina Costa Lobo, Yun-han Chu, Nikiforos Diamandouros, André Freire, Hsin Chi Kuan, Bill Liddle, Pedro Magalhães, Marco Maraffi, Robert Mattes, João Pereira, Hans-Jürgen Puhle, Gábor Tóka, Mariano Torcal, Paolo Segatti y Tianjian Shi. Agradezco también al Departamento de Estudios Económicos y Sociopolíticos de Banamex por haber patrocinado el estudio CNEP de México en 2006.

Chappell Lawson y un grupo de distinguidos colegas en Estados Unidos y México hicieron posible, mediante un otorgamiento de la National Science Foundation (SES-0517974) al Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), la realización del Estudio Panel México 2006. Sumado al Estudio Panel México 2000, este proyecto representa un esfuerzo del más alto nivel internacional que cubre ya dos elecciones presidenciales consecutivas en el país. Además de Chap, agradezco a todos los miembros del proyecto, y en especial a Rod Camp, Wayne Cornelius, Jorge Domínguez, Francisco Flores-Macías, Ken Greene, Joe Klesner, Beatriz Magaloni y Jay McCann.

En diversos foros, asociaciones e instituciones académicas, y de manera personal, mis investigaciones han tenido la oportunidad de recibir comentarios de varios colegas, a quienes agradezco en orden alfabético: Enrique Alduncin, Arturo Alvarado, Ulises Beltrán, Allyson Benton, Jorge Buendía, José Antonio Crespo, Federico Estévez, Kathleen Frankovic, Alberto Gómez, José Antonio González de León, John C. Green, Alejandro Hernández, Nydia Iglesias, Joy Langston, Fabrice Lehoucq, Esteban López Escobar, Alonso Lujambio, Shannan Mattiace, Cynthia McClintock, Patricia Moy, Carlos Olivares Plata, Pablo Parás, Jacqueline Peschard, Thomas Petersen, Susan Pinkus, Alejandro Poiré, Vincent Price, Federico Reyes Heróles, Vidal Romero, Gisela Rubach, Andrew Selee, Mitchell Seligson, Peter H. Smith, Pam Starr, Benjamín Temkin, Michael Traugott, Alexandra Uribe, Herbert Weisberg, Jeffrey Weldon, Keith Yanner, Iván Zavala y Elizabeth Zechmeister. Como en muchos otros proyectos, agradezco a Patricia Méndez y a María Teresa Martínez por ayudarme en las múltiples tareas de organización de bases de datos, realización y verificación de análisis estadísticos y edición de capítulos. También hago extensivo un agradecimiento a la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública, WAPOR, por servir como un constante foro para el intercambio de ideas, y a mi universidad,

el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), por su constante apoyo en mis actividades de investigación.

Entre 2003 y 2007 tuve un intenso proceso de recolección de datos de encuestas que me permitió profundizar en las investigaciones sobre el votante mexicano que aquí se desarrollan. Las múltiples encuestas que sirven como evidencia empírica para este libro provienen de diversas fuentes y experiencias profesionales, pero todas tienen como factor común mi participación directa en el diseño, realización, ejecución y/o validación. Además de los proyectos internacionales ya mencionados, debo destacar las encuestas de Grupo Reforma, publicadas en su momento como parte de la cobertura noticiosa y que sirven como la base de evidencia empírica más importante de este libro. Agradezco profundamente a los directivos de esa casa editorial, así como a los compañeros investigadores con quienes he compartido la responsabilidad de diseñar y realizar las encuestas de *Reforma*, *El Norte* y *Mural*: María Antonia Mancillas y Edmundo Crespo en Monterrey, y Roberto Gutiérrez en Guadalajara. A través de ellos, agradezco también a docenas de analistas, encuestadores, supervisores y capturistas que hicieron realidad cada uno de los proyectos.

Agradezco al Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa por abrirle las puertas a este libro. Desde mi primer acercamiento me hicieron sentir como en casa. Asimismo, agradezco a la H. Cámara de Diputados por haber apoyado esta edición.

Por último, pero para mí lo más importante, agradezco al círculo más íntimo de apoyo que tengo en todo proyecto: a mis padres, Guillermo y Aurora, por su constante fe en lo que hago; a Hank y Patti Vaughn, por ser mi estándar de calidad humana; a mi esposa, Christine Vaughn, por acompañarme en toda travesía con cariño y paciencia ilimitados, y a nuestros hijos, Josh, Tiffany y Alex, por darle alegría y significado a todo.

Ninguna de las personas, instituciones u organizaciones aquí citadas debe quedar vinculada con los contenidos, análisis e interpretaciones vertidas en este libro, los cuales son completa responsabilidad del autor.

ALEJANDRO MORENO

[Marzo de 2009]

Prefacio

En la decisión electoral confluyen factores tanto de largo plazo, como la identidad partidista y la ideología, cuanto de corto plazo, como la evaluación del desempeño del gobierno, las condiciones económicas, los candidatos y el ambiente informativo de las campañas electorales. Los primeros influyen en la formación de coaliciones electorales estables, dando forma y dinámica al sistema de partidos. Los segundos influyen en el resultado de las elecciones. Ambos determinan quién gobierna y cuáles son los vínculos que los partidos establecen con los electores. Este libro busca contribuir a un mejor entendimiento del votante mexicano, así como de las coaliciones de electores que apoyan a las principales fuerzas políticas en el país. Para ello, se analizan docenas de encuestas realizadas a lo largo de dos décadas, entre 1986 y 2007, poniendo especial atención a las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. El propósito es ofrecer las explicaciones del comportamiento electoral que nos permitan no sólo saber qué pasó y cómo decidieron los votantes en esos comicios, sino también delinear un diagnóstico acerca de cómo será la competencia electoral en un futuro cercano.

Las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 fueron eventos políticos marcadamente distintos. La votación en 2000 provocó la alternancia en el Poder Ejecutivo, luego de 71 años de gobierno priista. El triunfo de Vicente Fox fue ampliamente aceptado la misma noche de la elección y el 2 de julio de ese año unió a los mexicanos en una celebración democrática. En contraste, la elección de 2006 y su secuela tuvieron agrios cuestionamientos, los actores políticos se acusaron mutuamente y a las instituciones, los electores se dividieron y el proceso, en general, se prestó para promover una cultura de desconfianza e intolerancia. El cerrado resultado electoral fue objeto de duda para un grupo nutrido de personas. Varias semanas después de la elección, los mexicanos aún no tenían certidumbre de quién

sería el próximo Presidente de la República. Más que una fiesta democrática, los comicios generaron reclamos de un recuento “voto por voto, casilla por casilla”, los cuales reflejaban nítidamente las sospechas de buena parte de las clases política e informativa. Entre julio y septiembre, mientras el país esperaba el fallo del Tribunal Electoral sobre la elección, el llamado “conflicto poselectoral” terminó de polarizar a la sociedad mexicana –que ya había dado señales de una profunda división política por lo menos desde el proceso de desafuero de Andrés Manuel López Obrador como jefe de Gobierno del Distrito Federal, entre 2004 y 2005. Finalmente, el 5 de septiembre de 2006, el Tribunal Electoral declaró válida la elección presidencial. El candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, fue confirmado como ganador con una mínima diferencia de 0.56 por ciento de la votación (casi 234,000 sufragios más que López Obrador, de un total de 40.6 millones de votos válidos emitidos). A diferencia de Fox, Calderón no obtuvo el reconocimiento de su principal contendiente.

Pero las diferencias entre ambos procesos electorales no se limitan a sus formas y procedimientos, o en si hubo celebraciones o reclamos. En el fondo, como se documenta en este libro, esas elecciones se diferenciaron entre sí por la naturaleza de las coaliciones de votantes que apoyaron a las principales opciones políticas. De una elección presidencial a otra se registraron drásticos cambios en la composición del apoyo electoral obtenido por el candidato ganador, aun y cuando éste pertenecía, en ambas ocasiones, al mismo partido político, el PAN. En 2000, el candidato panista ganó la elección presidencial llamando al electorado a votar por un cambio, a arriesgarse con un partido distinto al que había gobernado durante siete décadas. En 2006, otro candidato panista apeló a la continuidad, al no cambio, a no arriesgarse con una opción a la que calificó como “peligrosa”.

En 2000, la estrategia del cambio funcionó: Vicente Fox obtuvo cerca de 16 millones de votos (15'989,636, de acuerdo con las cifras del Instituto Federal Electoral), casi dos y medio millones más que el candidato del PRI, Francisco Labastida, quien quedó en segundo lugar de la contienda. En 2006, Felipe Calderón, con su estrategia de no cambio, obtuvo un millón de votos menos que Fox (14'919,927 según el IFE), pero superó con una mínima diferencia a su más cercano competidor (ver cuadro 4). La disminución en el apoyo al panismo con respecto al 2000 se debe, en parte, a las transformaciones que experimentó el electorado, en general, y en la recomposición de las coaliciones de votantes que apoyaron a cada opción política, en particular. López Obrador contó con el apoyo de nueve de cada 10 electo-

res que habían sufragado por Cuauhtémoc Cárdenas en 2000 y, además, fue capaz de incrementar la votación favorable a su candidatura a más del doble de lo que tuvo su antecesor. Calderón, en contraste, solamente fue apoyado por de seis de cada 10 electores que habían votado por el cambio en 2000. Según los datos de una encuesta nacional de salida realizada por el diario *Reforma* el 2 de julio de 2006, tres de cada 10 personas que en 2000 le dieron su voto a Fox, en 2006 sufragaron por López Obrador, mientras que sólo seis de cada 10 refrendaron su afinidad con la opción blanquiazul. A pesar de esta pérdida de apoyo, y de un crecimiento perredista de tal magnitud, el PAN logró retener la Presidencia de la República.

Cuadro 1
Resultados de las elecciones federales en México, 1991-2006

	1991 %	1994 %	1997 %	2000 %	2003 %	2006 %
<i>Elecciones para diputados de mayoría relativa</i>						
PAN ^a	17.68	25.85	26.62	39.18	31.82	34.36
PRI ^b d	61.47	50.27	39.12	37.83	38.09	29.03
PRD ^c	8.32	16.68	25.72	19.14	18.24	29.83
Otros	12.53	7.20	8.54	3.85	11.85	6.78
<i>Elecciones para Presidente de la República</i>						
PAN ^a	–	26.72	–	43.47	–	36.96
PRI ^b	–	50.19	–	36.92	–	22.92
PRD ^c	–	17.09	–	17.01	–	36.36
Otros	–	6.00	–	2.60	–	3.77
Lista nominal	36'676,167	45'729,057	52'208,966	58'782,737	64'710,596	71'374,373
Votos	24'194,239	35'285,291	30'120,221	37'601,618	26'968,371	44'791,322
Participación	65.97	77.16	57.69	63.97	41.68	58.55

^aEl PAN formó la coalición Alianza por el Cambio con el PVEM en 2000.

^bEl PRI formó la Alianza por México con el PVEM en 2006.

^cEl PRD formó la coalición Alianza por México con los partidos PT, PAS, Convergencia y PSN en 2000, y la coalición Por el Bien de Todos con el PT y Convergencia en 2006.

^dIncluye los votos PRI-PVEM de la Alianza para Todos en 2003.

Fuente: Instituto Federal Electoral, Atlas Electoral Federal de México 1991-2006, versión 1.0.

La retórica panista se había transformado luego de seis años como partido gobernante. Todavía en 2003, en el marco de las elecciones para diputados federales, la referencia al cambio fue recurrente, como evidenciaba la frase de la campaña panista, “quítale el freno al cambio”. En 2006 el discurso del candidato del PAN giró en torno al no cambio. Pero no sólo

se trataba de un giro discursivo, de forma; también había razones de fondo que sustentaban esa estrategia. La composición de los electores que apoyaron al PAN se transformó notablemente de una elección a otra. La coalición electoral que llevó a Fox a la Presidencia en 2000 combinaba votantes de un amplio espectro político, era una especie de partido cacha-todo que obtuvo el apoyo de diversos segmentos sociales e ideológicos en casi todo el país. El guanajuatense fue votado por electores de izquierda, de centro y de centro-derecha, pero cuyas diferencias ideológicas eran secundarias ante la tarea inmediata de “sacar al PRI de Los Pinos”. La idea del “voto útil”, ese sufragio de izquierda emitido a favor de Fox, fue una clara señal de que el objetivo de derrotar al partido oficial se antepone a cualquier diferencia programática o ideológica entre los votantes del cambio.

El año en que Fox ganó la elección presidencial, el votante del cambio era, en promedio, más joven, más escolarizado, más urbano y más liberal en sus valores sociales y políticos que el votante del PRI. En contraste, el Revolucionario Institucional contaba con su principal base de apoyo entre los electores de más edad, con menores niveles de escolaridad, en el campo y entre los mexicanos cuyos valores y creencias eran fundamentalmente tradicionales y, en cierta medida, autoritarios. El principal eje de conflicto político en México reflejaba el proceso de modernización por el que el propio PRI había llevado al país durante varias décadas. Por un lado se alineaba políticamente un México moderno, que aspiraba a mayores espacios democráticos, y que había dado la espalda al tricolor en las urnas desde los años ochenta en varias ciudades. Por otro lado, se manifestaba un México tradicional, poco familiarizado con la competencia política y empeñado en mantener al partido gobernante en el poder. El libro *El votante mexicano* (Moreno, 2003) tuvo la tarea de delinear esta marcada división política a partir de la evidencia que las encuestas realizadas entre 1986 y 2000 ofrecían. La alineación de los votantes en dos polos, como los recién descritos, parecía lo suficientemente clara como para definir a la lucha por la democracia y la alternancia *versus* el mantenimiento del régimen priísta como el principal eje de conflicto político en el país durante los últimos quince años del siglo XX. El razonamiento fundamental para unos era la continuación del PRI, mientras que para otros era lograr el cambio por el cambio mismo.

Luego de varios años en que la alineación de los votantes tenía un lado favorable al PRI y otro a la oposición, en 2006, tan sólo a seis años de la alternancia en el Poder Ejecutivo, la coalición de votantes del cambio se había bifurcado. Los polos ideológicos que habían sido secundarios en las

elecciones previas se volvieron uno de los diferenciadores más marcados entre las dos principales candidaturas a la presidencia. En ese año, los votantes de izquierda sufragaron predominantemente por el perredista Andrés Manuel López Obrador y los de derecha por el panista Felipe Calderón Hinojosa. La pregunta inicial de si votar o no por el PRI ya no fue tan relevante como antes. Por primera vez, el Revolucionario Institucional quedó en tercer lugar en una elección presidencial, al registrar un porcentaje de votos dos dígitos por debajo del que obtuvieron los candidatos del PAN y del PRD por separado. A diferencia de la coalición de votantes tipo cachatodo que favoreció a Fox en 2000, quien contó con los votos de izquierda, centro y centro-derecha, la principal base de apoyo de Felipe Calderón en 2006 provino de los electores de derecha, muchos de ellos motivados por la continuidad y por la aversión al candidato de la izquierda. La política partidista inauguró nuevos polos de conflicto distintos a los de la época priísta. Ya sin un objetivo común, como era derrotar al PRI, el electorado más moderno, joven y escolarizado se dividió. Unos votaron por el candidato de izquierda, mientras que otros optaron por mantener al PAN en el Poder Ejecutivo.

La transformación ideológica de la coalición electoral panista se dio a lo largo del sexenio de Fox. Una vez que el PRI salió de Los Pinos, la cohesión de los votantes del cambio mostró ser endeble. Los seis años de foxismo atestiguaron cómo el PAN, tanto entre sus cuadros políticos, como entre sus electores, se fue transformando en su composición social y en sus puntos de vista políticos. El electorado panista se “movió” del centro a la derecha, y no porque haya experimentado una “conversión” ideológica, sino porque atrajo simpatizantes del anterior partido gobernante, a la vez que perdió electores de izquierda que habían votado por Fox para lograr un cambio, pero que no comulgaban con la doctrina blanquiazul. En un lapso relativamente corto, el electorado mexicano experimentó una transformación ideológica significativa, la cual ha modificado las líneas de conflicto electoral en las elecciones nacionales, comenzando con los presidenciales de 2006. Esta transformación había sido ya prevista en *El votante mexicano*, en donde se explicó cómo la derrota del PRI en 2000 podría redefinir las nuevas líneas de la competencia electoral en el país. Efectivamente, así fue. ¿A qué se debió esta transformación ideológica y cómo influirá en las elecciones que vienen? Este libro ofrece algunas respuestas.

Es común pensar que las elecciones de 2000 fueron las primeras de una nueva era democrática, por tratarse de las que provocaron la alternan-

cia. Sin embargo, dada la naturaleza de la coalición del cambio que se manifestó ese año a favor de Fox y que se venía gestando desde los años ochenta (en la elección presidencial de 1988 y en las elecciones locales a lo largo de esa década), la elección presidencial de 2000 podría describirse mejor como la última de una era en la que el eje principal de competencia reflejaba una lógica pro y anti PRI, de coaliciones de electores a favor o en contra del entonces partido gobernante. De aceptarse este argumento, la elección de 2006 realmente fue la primera de una nueva era, en la que el conflicto político-electoral dejó atrás la continuidad del PRI, o su salida, como la principal motivación y razonamiento de los electores. El resultado fue una elección ideologizada y polarizada entre los segmentos sociales que previamente habían sido un agente de cambio. A diferencia de 2000, cuando la Alianza por el Cambio que formaron el PAN y el PVEM movilizó las actitudes de rechazo al PRI y el apoyo a la democracia, en 2006 los actores políticos se encargaron de movilizar abiertamente las orientaciones ideológicas de los electores en términos de izquierda y derecha. López Obrador hizo un particular énfasis en esta polarización ideológica. Si bien la elección de 2000 testificó una amplia alianza en la que el centro ideológico fue fundamental para el triunfo foxista, la elección de 2006 no fue un llamado al centro y a la moderación, sino un enfrentamiento abierto y hasta agrio entre los polos del espectro político. ¿Seguirá el electorado mexicano polarizado en esos términos o, dada la experiencia de 2006, buscará opciones moderadas en futuras elecciones?

Además de las interpretaciones y anécdotas que los periodistas y los propios actores políticos han ofrecido hasta ahora (ver, por ejemplo, Camarena y Zepeda Patterson, 2007; Fox y Allyn, 2007; López Obrador, 2007), la elección de 2006 requiere de explicaciones de tipo académico para entender por qué el electorado se comportó de la manera en que lo hizo. La elección presidencial ha generado ya una vasta literatura que intenta explicar diversas facetas de la elección y su secuela postelectoral (Castaños, 2006; Moreno y Martínez, 2006; Starr, 2006; Bruhn y Greene, 2007; Castañeda y Morales, 2007; Eisenstadt, 2007; Greene, 2007b; Klesner, 2007a y 2007b; Langston, 2007; Lawson, 2007; Lawson y Moreno, 2007; Moreno, 2007a y 2007b; Moreno y Méndez, 2007; Schedler, 2007; Sarsfield, 2007), pero no había habido, hasta ahora, una explicación comprensiva que ofrezca no sólo un análisis de la elección, sino que dé cuenta de las transformaciones del electorado a lo largo de los últimos años. Este libro pretende llenar ese hueco. Además de las explicaciones académicas sobre lo

que sucedió en las dos últimas elecciones presidenciales, es imperativo preguntarse, con base en lo que se ha observado hasta ahora, cómo probablemente será la dinámica de la competencia política en el país en un futuro próximo. ¿Cómo se ha transformado el electorado mexicano y cuál será el efecto de ese cambio en el futuro de nuestro sistema de partidos? En este libro se ofrecen análisis dentro de ambas vertientes: por un lado, se plantean una serie de explicaciones académicas para entender al votante mexicano y su comportamiento individual en las elecciones de 2000 y 2006, así como al electorado mexicano en su comportamiento colectivo y los cambios que ha experimentado durante los últimos años. Por otro lado, se ofrece un diagnóstico acerca de cómo, probablemente, será la dinámica electoral en el futuro inmediato, dados los cambios que se han observado en el electorado. Dicho diagnóstico incorpora reflexiones sobre la posible repercusión que tendrán las reformas electorales realizadas en 2007 en el comportamiento de los electores. En general, entender la conducta del votante es entender uno de los mecanismos de decisión colectiva más importantes de la democracia: determinar quién gobierna.

Al igual que en *El votante mexicano*, en este nuevo libro se analiza a los electores como individuos y como colectividad, así como la manera en que perciben y evalúan a los líderes que compiten por su voto. Pero, a diferencia de ese primer libro, en donde la atención se centraba en la elección de 2000, este nuevo volumen incorpora el análisis de la elección de 2006, teniendo como imperativo ampliar la información para mejorar nuestro entendimiento acerca del elector mexicano. El resultado es un libro que ofrece mucha más evidencia empírica, que se caracteriza por una mayor riqueza analítica y por una mayor fuerza en sus argumentos, conclusiones que, espero, sean compartida por el lector.

En este nuevo libro se incorporan variables del voto individual que hasta ahora se habían ignorado o no habían tenido tanta repercusión en México, tales como las evaluaciones que los electores hacen sobre la economía, tanto personal como del país. Además, también se analizan factores políticos, como la aprobación presidencial, la imagen de los candidatos y los temas de discusión en las campañas electorales. El interés de incorporar o ampliar el análisis a esas variables responde al simple hecho de que su peso en la decisión de voto fue mucho más importante en 2006 que en 2000. Además, dichas variables son compatibles, como se mostrará más adelante, con la redefinición del principal eje de conflicto político en México, de uno que confrontaban las actitudes de cambio con las de apoyo a la

continuación del PRI, a otro en el que se confrontaron, como nunca antes, las orientaciones políticas de izquierda y las de derecha en torno a debates de carácter económico y de desempeño de gobierno

Al lector se le ofrecen una serie de aspectos que pueden no sólo ser de relevancia teórica y académica, sino también de utilidad práctica. Los principales hallazgos vertido en este libro derivan de una importante colección de encuestas que han servido para llevar a cabo el análisis estadístico sobre las decisiones individuales de los electores, así como para describir las tendencias de cambio en la composición agregada del electorado mexicano. Además del uso que se les da a sus resultados en la investigación académica, las encuestas y quienes las realizan se han vuelto un actor de los procesos electorales. Su presencia en los medios es constante y a veces abrumadora durante las campañas políticas, y su peso, más que reducirse, parece incrementarse de una elección a otra. No obstante, los periodistas que las reportan, los políticos que las presumen cuando les favorecen o que las atacan cuando los muestran en desventaja, e incluso los mismos encuestadores cuando las divulgan, suelen cometer serios errores y omisiones en su lectura. Algunas veces esos errores se dan por ignorancia a las metodologías y aspectos técnicos de las encuestas, pero otras por un uso inadecuado y hasta deshonesto de los resultados. Con este libro se pretende que el ciudadano que no es un usuario tan asiduo de esos instrumentos de medición, pero que cada vez está más expuesto a ellos, también se beneficie de la enorme cantidad de información que ofrecen. No ha habido, hasta ahora, ningún otro libro sobre el comportamiento de los mexicanos que ofrezca tanta evidencia empírica como el que está en sus manos. Espero que eso contribuya a que, mediante de nuestro propio conocimiento como votantes, como ciudadanos, como mexicanos, podamos elegir mejor, y exigir lo mejor de aquellos a quienes elegimos.

Introducción: las teorías de voto y el votante mexicano

¿Cómo votan los mexicanos? ¿Qué factores toman en cuenta al emitir su sufragio en una elección presidencial? ¿Su voto es una decisión tomada al momento de emitirlo, es una reacción a las campañas electorales, o es la manifestación de una preferencia previamente establecida? ¿Por qué algunos mexicanos votan y otros no? ¿Qué opinan sobre la democracia y cómo afecta esa opinión su participación en política? ¿Cuáles son los principales retos de la cultura política en el país? ¿Cómo se percibe al nuevo sistema de partidos?

Este libro busca dar respuesta a estas y a muchas otras preguntas relacionadas con la conducta y las actitudes políticas del votante mexicano. Para ello se analizan datos de encuestas realizadas a lo largo de dos décadas, de 1986 a 2007, y se pone especial atención en los factores que influyeron en el voto en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. En este libro se documenta cómo se ha transformado el electorado mexicano en varias de sus facetas, incluidos los cambios significativos en el balance de partidismo a un nivel agregado, la redistribución y redefinición de las identificaciones ideológicas de los votantes, y las variaciones en la forma como se percibe a la democracia, entre otras. ¿Qué ha ocasionado esas transformaciones y, más importante aún, qué implicaciones tienen éstas para la competencia político-electoral en el país? Para formular respuestas adecuadas es necesario emplear diversos modos de análisis, así como una combinación de enfoques teóricos. En este capítulo de introducción se delinean algunos de los conceptos y perspectivas académicos que se han desarrollado para entender la conducta del votante, como individuo, y del electorado, como colectividad. En los capítulos restantes se abordan temas específicos y, desde luego, se incluyen también discusiones teóricas relevantes a cada tema.

En *El votante mexicano* (Moreno, 2003) se explicaba la lógica del voto que provocó la alternancia en el año 2000. El libro ofrecía evidencia de

que si bien las campañas electorales desempeñaron un papel importante para promover un llamado al cambio, lo cierto es que un segmento nutrido del electorado que era afín a esa idea ya se venía gestando tiempo atrás. Vicente Fox ganó la elección porque fue capaz de activar el deseo del electorado más moderno, urbano y escolarizado de lograr una alternancia, y ante el cual sus diferencias ideológicas y programáticas quedaron en un segundo plano. El argumento central se remitía no sólo al contexto de la elección de 2000, sino a los 10 o 15 años que le precedieron. En los años ochenta, y de manera más marcada en los noventa, el electorado mexicano dio muestras claras de estar dividido en dos campos políticamente relevantes. Uno era de mayor edad, con menores niveles de escolaridad, proveniente sobre todo del campo y que manifestaba valores tradicionales y actitudes políticas autoritarias. Otro era más joven, más escolarizado, predominantemente urbano y expresaba valores liberales y actitudes favorables a la democracia. El primero nació en un México que miraba al interior de sí mismo, que no ofrecía opciones políticas reales y, por lo mismo, tendía a apoyar al PRI en las elecciones. El segundo nació y se socializó a la par de las reformas políticas y la apertura económica, y solía votar contra el PRI.

Esta división reflejaba el proceso de modernización del país. Las generaciones jóvenes y modernas demandaban un cambio democrático, mientras que las mayores y más tradicionales preferían la continuación del régimen priísta. El principal eje de la competencia político-electoral durante los años noventa y hasta la elección presidencial de 2000 se basaba en posturas favorables a la continuación del PRI en el poder, por un lado, y en actitudes favorables al cambio democrático, por el otro. Incluso los significados que los electores atribuían a los términos “izquierda” y “derecha” apelaban principalmente a esa contraposición: la izquierda era prodemocrática y buscaba el cambio; la derecha era autoritaria y prefería la continuación del régimen. Los mensajes de campaña y las circunstancias del 2000 capitalizaron esta división con un poderoso mensaje de cambio y con un candidato presidencial de oposición que lo hacía más factible que nunca.

La elección del 2 de julio de 2000 marcó un momento crucial en el proceso de democratización de México. Cuatro de cada diez votantes que asistieron a las urnas ese día dijeron que la razón principal de su sufragio era lograr un cambio y lo emitieron predominantemente a favor de Vicente Fox. El cambio como tal no tenía un significado claro de políticas públicas o de contenidos programáticos, sino sólo de alternancia, de ver a otro partido y a

otros individuos en el cargo más importante del país: la Presidencia de la República. Eso ayudó a que Fox atrajera votos de casi todo el espectro ideológico, tanto de centro y centro-derecha, como de la izquierda, y que tuviera apoyo a lo largo y ancho del territorio nacional. La lectura que Fox y sus asesores hicieron acerca de esta división reflejaba bien los esfuerzos de su campaña, como él mismo lo relata: la marca de la democracia debía venderse bien y él resultó una vía efectiva para hacerlo mediante el llamado al “cambio” (Fox y Allyn, 2007: 175). Por supuesto, la coalición de electores antipriístas ya era un suelo fértil para ese propósito.

La perspectiva de un electorado dividido en dos polos, uno tradicional priísta y otro moderno y opositor, ayudó a entender la competencia electoral de los años ochenta y noventa, mientras el PRI se mantenía en el poder. En 1995, los politólogos Jorge Domínguez y James McCann publicaron un influyente artículo que marcó el inicio de los estudios contemporáneos sobre el elector mexicano a partir de la evidencia de las encuestas. Con base en las elecciones de 1988 y 1994, esos autores sostenían que la decisión de voto en México era un proceso de dos etapas: en la primera el elector se preguntaba si debía votar o no por el PRI; hasta una segunda instancia consideraba las otras opciones políticas (Domínguez y McCann, 1995). El argumento se revisó a la luz de la elección presidencial de 1994 y se documentó una fuerte división centrada en factores políticos que situaban al PRI como principal referente del voto (Moreno y Yanner, 1995). Esta lógica, retratada por el modelo de dos etapas, se reformuló más tarde como una división de régimen, de posturas favorables a la democracia frente al mantenimiento del autoritarismo, de posiciones a favor o en contra del PRI (Moreno, 1998, 1999a y 1999b; Klesner, 2005 y 2007b). Desde finales de los años ochenta y principios de los noventa se había hablado de una dimensión política sistema-antisistema en la competencia electoral mexicana (ver Molinar, 1994), pero ésta no había tenido una comprobación empírica clara hasta que se utilizaron las encuestas de manera más intensa en los años noventa. Hasta entonces la evidencia mostró que gran parte del electorado estaba motivada por la continuidad del PRI, mientras que otra parte prefería la alternancia, la derrota de este partido.

A pesar de su influencia para entender el comportamiento electoral en los años noventa, esa perspectiva resulta insuficiente para explicar el voto en la elección presidencial de 2006, cuando la alternancia ya no era el tema central y el candidato priísta tampoco figuraba como uno de los dos principales contendientes. El PRI cayó al tercer lugar de la votación,

con un porcentaje dos dígitos más bajo que el de los punteros, con poco menos del 23 por ciento de los votos. Tanto el modelo de dos etapas de decisión, como las explicaciones basadas en una dimensión de competencia centrada en el régimen priísta quedaron atrás. Como se menciona en el prefacio a esta edición, las elecciones de 2000 y 2006 fueron sucesos políticos muy distintos, y no sólo por las diferencias que hubo en sus procedimientos y resultados, en su inmediata aceptación o rechazo, o en si fueron motivo de celebración o reclamo, sino por lo distintas que fueron las coaliciones de electores que apoyaron a las principales fuerzas políticas. El electorado del cambio que votó contra el PRI durante varios años y hasta la alternancia del 2000 se mostró ideológicamente dividido en 2006. Las ciudades, los jóvenes, los más escolarizados, y otros electores que habían apoyado a Fox voltearon en 2006 hacia dos polos distintos: unos, los que sentían afinidad con las posturas de izquierda, fueron mucho más probables votantes del perredista Andrés Manuel López Obrador, quien, como ningún candidato presidencial en la historia reciente, asumió abiertamente una postura ideológica de izquierda. Otros, cada vez más identificados con la derecha, sufragaron en mayor medida por el panista Felipe Calderón.

La división ideológica del electorado se dejó ver desde varios meses antes de la elección de 2006. Por ejemplo, los datos de la Encuesta Mundial de Valores realizada en México en noviembre de 2005 mostraban que

los votos de 2006 apelan, como nunca, a las ideologías y a los estilos de vida. Nunca antes se había visto una contienda por la presidencia que arrancara con tres opciones políticas con posibilidades reales de triunfo, pero tampoco se había dado un enfrentamiento tan nítido entre la izquierda y la derecha en un espectro político en donde el Partido Revolucionario Institucional (PRI) no es favorecido por ninguna de esas corrientes o identidades (Moreno, 2006b: 54).

Las encuestas a boca de urna realizadas el 2 de julio de 2006 confirmaron esa temprana observación:

La contienda presidencial de 2006 fue una verdadera confrontación entre la izquierda y la derecha a nivel nacional. Los votantes autoidentificados como de izquierda sufragaron desproporcionadamente por López Obrador, mientras que Felipe Calderón tuvo su mejor desempeño entre los votantes de centro-derecha, según muestran las encuestas de salida (Moreno, 2007a: 17).

¿Qué sucedió? ¿Por qué se dividió el electorado del cambio? ¿Permanecerá alineado en izquierdas y derechas o habrá nuevos cambios en las coaliciones de electores en un futuro cercano?

Antes de intentar responder a las preguntas que se han planteado desde el inicio de este capítulo, es necesario hacer un repaso de las perspectivas teóricas desarrolladas para entender el voto, así como definir algunos de los conceptos que se manejan a lo largo de este libro, de manera que se establezca un lenguaje común para facilitar el desarrollo y entendimiento de las ideas.

TEORÍAS DEL VOTO

El voto es un fenómeno de sobra complejo y no hay una sola teoría que lo explique en su totalidad. La literatura contemporánea sobre el tema suele utilizar diversas perspectivas y enfoques teóricos. En algún momento, incluso, se ha hablado de que se trata de teorías “rivales”. Sin embargo, es acertada la observación de que “las teorías de voto están intelectualmente vinculadas entre sí debido a que unas se desarrollaron de otras, ya sea como complementos o como críticas” (Evans, 2004: 20).

Las principales premisas teóricas del voto se desarrollaron en las democracias avanzadas, principalmente de Norteamérica y de Europa Occidental. Sin embargo, el creciente número de democracias nuevas o emergentes ha reenfocado la atención en el voto hacia otros continentes, ámbitos políticos y tradiciones culturales. Las explicaciones de los nuevos contextos de competencia política-electoral hasta ahora no han desechado las premisas originales de la literatura, pero sí han recurrido a una combinación de éstas o a su reformulación, más que al empleo de una sola perspectiva teórica. La misma literatura enfocada a las democracias avanzadas se ha venido ajustando mediante múltiples revisiones y recuperando conceptos y perspectivas que se habían abandonado temporalmente.

Resulta difícil determinar con precisión el momento en que apareció la tendencia a ser incluyente en las perspectivas teóricas del voto. Sin embargo, los autores de *El nuevo votante americano*, en su intento por reestablecer las premisas del llamado modelo de Michigan que fue sujeto a varios revisionismos, ofrecieron una clara muestra de una práctica más incluyente a mediados de los años noventa:

Más allá de describir la naturaleza genérica de nuestra aproximación a la explicación electoral, hemos sido deliberadamente incluyentes en términos conceptuales o sustantivos. [...] el campo del análisis electoral ha sido moldeado por varias disciplinas académicas diferentes, así como por perspectivas políticas en conflicto. Debido a esa diversidad, hemos considerado una amplia variedad de atributos individuales de los votantes como potenciales explicaciones parciales de la conducta individual del voto (Miller y Shanks, 1996: 6).

¿Cuáles son las perspectivas que se han desarrollado para explicar la conducta electoral? Por lo general, las explicaciones del voto en el ámbito individual se han agrupado en cuatro aproximaciones teóricas, todas ellas generadas a mediados del siglo xx, entre los años cuarenta y sesenta, pero cuyos planteamientos siguen, en mayor o menor medida, vigentes hasta nuestros días. Prueba de ello es que la reciente literatura sobre el voto publicada entre 2004 y 2007 continúa haciendo referencia a cuatro principales perspectivas teóricas del estudio de la conducta electoral (ver Evans, 2004; Lau y Redlawsk, 2006; Gunther *et al.*, 2007). Antes del desarrollo de esas cuatro perspectivas, las explicaciones del voto se basaban fundamentalmente en el análisis de datos agregados y de geografía electoral (para un buen repaso de esa literatura ver Gunther *et al.*, 2007). Sin embargo, el creciente uso de encuestas cambió por completo el enfoque de los estudios electorales de resultados agregados a explicaciones de la conducta individual. De hecho, el uso de datos de encuestas y la creciente sofisticación para su análisis estadístico han dado lugar a debates no sólo teóricos sino también metodológicos. Pero ese es un asunto al cual volveremos más adelante. Por lo pronto, en los siguientes párrafos se delinean las cuatro escuelas o perspectivas teóricas dominantes sobre el voto, ilustradas tanto con sus obras fundacionales, como con algunas críticas que se les han hecho y con trabajos recientes que las mantienen vigentes.

La escuela de Columbia

En primer lugar suele mencionarse la perspectiva sociológica, generalmente conocida como la escuela de Columbia. Esa perspectiva explica el voto principalmente con base en el entorno social del individuo y en los procesos de comunicación y persuasión típicos de las campañas electorales, particularmente por medio de los contactos personales entre los electores y los líderes de opinión (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944; Berel-

son, Lazarsfeld y McPhee, 1954). Con base en el análisis de encuestas y estudios tipo panel realizados en 1940 en el condado de Erie, Ohio, y en 1944 en el condado de Elmira, Nueva York, los autores de los libros *The People's Choice* y *Voting*, publicados en 1944 y 1954, respectivamente, se concentraron en la pregunta de cómo se forman las preferencias de los electores durante una campaña electoral. La respuesta apuntaba a una serie de redes sociales por las que se divulgaba la información política, así como a los medios de comunicación masiva predominantes en la época, a saber, los periódicos y la radio. Uno de los principales hallazgos de esta escuela fue que “los contactos cara a cara resultaron ser las influencias más importantes para estimular el cambio de opinión” (Lazarsfeld *et al.*, citados en Gunther *et al.*, 2007: 5).

La conclusión de esos estudios era que la principal influencia en la decisión de voto provenía de “la familia ordinaria, los amigos, los compañeros de trabajo y los miembros de organizaciones por quienes estamos rodeados. En suma, las influencias a las que los votantes son más susceptibles son las opiniones de la gente en la que éstos confían y que suelen divulgarse de unos a otros” (Berelson *et al.*, 1954, citados en Gunther *et al.*, 2007: 6). A pesar de su limitada cobertura muestral (un condado en cada elección presidencial estudiada), así como de la falta de una mayor formalidad teórica, Lazarsfeld y sus colegas rompieron con la forma previa de hacer estudios electorales. “Por primera vez pudieron examinarse las bases individuales de la decisión de voto, junto con la pertenencia a un grupo social, los eventos políticos y un contexto a nivel macro” (Evans, 2004: 23). Además, una enorme contribución de estos trabajos tempranos fue incorporar a la agenda de investigación el concepto de “procesos de intermediación”, relativo a la pregunta de cómo y de dónde reciben los votantes su información política.

A pesar de que el enfoque de la intermediación se abandonó desde los años cincuenta, en parte por el ascenso del siguiente paradigma, en años recientes ha habido un nuevo interés por el planteamiento originalmente desarrollado por Lazarsfeld y sus colegas en los años cuarenta. Quizás la obra más representativa del resurgimiento de este interés en la intermediación es el libro compilado por Gunther, Montero y Puhle, *Democracy, Intermediation and Voting in Four Continents* (2007). Dicho volumen parte de la idea original de Lazarsfeld de que

el flujo de información políticamente relevante en campañas electorales fluye por tres canales diferentes: a) la transmisión directa de información política a través de contactos cara a cara dentro de las redes personales;

b) el flujo de mensajes a través de los medios de comunicación masiva, y c) los flujos indirectos de información política a través de la membresía en asociaciones secundarias (sindicatos, grupos religiosos, organizaciones fraternales, etcétera) (Gunther *et al.*, 2007: 6).

Por supuesto, este reencuentro de la academia con la intermediación retoma uno de los medios preponderantes ausente en el contexto de investigación de los autores de *The People's Choice*: la televisión. En las décadas siguientes la televisión se volvió el medio por el cual los ciudadanos suelen informarse más acerca de la política en contextos tan distintos como Estados Unidos (Iyengar y Kinder, 1987) o México (Moreno, 2003a). El nuevo énfasis en la intermediación política y la revisión de la escuela de Columbia está representado hoy en día por el Proyecto de Elecciones Nacionales Comparadas (CNEP, por sus siglas en inglés), en el cual México participó en 2006.

El modelo de Michigan

La segunda teoría dominante del voto es una perspectiva social-psicológica conocida como el modelo de Michigan, desarrollado principalmente en la obra *El votante americano* (Campbell, Converse, Miller y Stokes, 1960). “Quizás ningún otro modelo ha sido tan influyente en los estudios sobre el voto como el modelo social-psicológico de Michigan” (Evans, 2004: 20). En este enfoque se diferencian las actitudes de corto plazo que los electores tienen hacia los candidatos y los partidos, de las actitudes de largo plazo, o predisposiciones políticas, principalmente representadas por la identificación partidista. Esta última es una orientación afectiva que por lo general se desarrolla durante el proceso de socialización política del individuo y por el cual se transmiten los valores de los padres, los familiares o de la comunidad cercana y que resulta en la identificación con y la lealtad hacia los partidos Demócrata o Republicano, según el planteamiento original en Estados Unidos.

La metáfora del “embudo de la causalidad”, que tanto se ha utilizado para describir el modelo de Michigan, es una representación de los factores sociales y contextuales (en la parte ancha del embudo) que influyen en la conformación de una identificación partidaria que afecta, a su vez, las actitudes de corto plazo, que finalmente desembocan en la decisión de voto (en la parte estrecha del embudo). Así, pues, las influencias sociales

que desempeñaban un papel central en la perspectiva sociológica de Columbia, pasaban ahora a tener una influencia indirecta, y acaso remota, en el voto. Pero esta no era la única diferencia entre los modelos Michigan y Columbia. El paradigma social-psicológico centrado en la identificación partidista también trajo consigo una “revolución” metodológica:

[...] estableció la herramienta de la encuesta como un medio para observar los perfiles sociales y las predisposiciones actitudinales del votante individual en escala nacional, no sólo en una toma transversal, v.g. en un solo punto en el tiempo, sino longitudinalmente, v.g. a lo largo del tiempo. En consecuencia, el acto de votar pudo ser estudiado y concebido ya no sólo como un acto discreto en una elección particular, sino como un proceso dinámico que se extiende a una serie de votos a lo largo de la vida (política) del votante y, con el uso de preguntas retrospectivas, extendiéndose hasta la niñez y las experiencias formativas pasadas del votante (Evans, 2004: 24).

Desde su planteamiento en *El votante americano*, el concepto de identificación partidista fue objeto de una prolífica literatura que es difícil listar exhaustivamente en este espacio, pero hay un conjunto de referencias obligadas que nos ayudan a conocer su evolución empírica e intelectual en el caso estadounidense (ver Jennings y Niemi, 1968; Meier, 1975; Abramson, 1976; Converse y Markus, 1979; Markus y Converse, 1979; Nie, Verba y Petrocik, 1979; Fiorina, 1981; Franklin y Jackson, 1983; Allsop y Weisberg, 1988; Barnes *et al.*, 1988; Millar, 1991; Franklin, 1992; McAllister y Wattenberg, 1995; Miller y Shanks, 1996; Bartels, 2000; Achen, 2002; Green, Palmquist y Schickler, 2002; Erikson *et al.*, 2004).

El modelo de Michigan, cuya base es el concepto de identificación partidista como determinante principal del voto, generó varias críticas, algunas provenientes del mismo ámbito estadounidense y otras de los estudios del voto en Europa Occidental. Una de esas críticas cuestionaba la estabilidad de la identificación partidista que presumía el planteamiento original. Fiorina (1981) señaló que las mediciones de la identificación partidista eran altamente sensibles al desempeño gubernamental y, en particular, al comportamiento de la economía. La crítica europea que se delineó en los años setenta sostenía que “los grupos sociales y la posición ideológica son determinantes más apropiados del voto que cualquier noción de afinidad psicológica con un partido” (Budge, Crewe y Farlie, 1976, citados en Evans, 2004: 25). La poca utilidad que se le veía al concepto se articuló

de la siguiente manera: “los estudios de elecciones nacionales europeas [...] han concluido que la identificación partidista no existe, al menos no en las culturas políticas de Europa” (Miller y Shanks, 1996: 117, quienes a su vez citan a Thomassen, 1976). La evidencia empírica señalaba que el concepto de identificación partidista suele “no viajar bien a los países con sistemas multipartidistas fragmentados, donde una autoubicación más genérica de votantes en un continuo de izquierda-derecha puede servir como una base más común y durable de la decisión electoral” (Gunther *et al.*, 2007: 11). Además, con el uso de series de tiempo que evidenciaban un declive de la identificación partidista, tanto en Estados Unidos (Niemi y Weisberg, 1976) como en Europa (Mair, Muller y Plasser, 2004), se argumentó que la gradual pérdida de esta afinidad psicológica con los partidos era el resultado de la modernización y secularización política de los electorados (Dalton, 1984). Esto era una buena noticia para quienes consideraban a la identificación partidista como un simple atajo informativo que hacía a los electores altamente responsivos a las señales o *cues* de los partidos políticos. (Desde su planteamiento original, los autores de *El votante americano* argumentaron que uno de los papeles del partido es suplir señales o *cues* que ayudan al individuo a evaluar los elementos de la política con poca información. Para los seguidores de la escuela racionalista –explicada más adelante– los *cues* ayudan a reducir los costos de la información política.) El declive del partidismo, entonces, se interpretaba como el surgimiento de una ciudadanía más abierta a la información política y que no respondía ciegamente a las señales partidarias como un acto de “fe”. (Cabe mencionar que los propios autores del modelo de Michigan hicieron una analogía entre el partidismo y la religión, planteando que el individuo aprende desde temprana edad a “creer” en su partido, en sus propuestas y sus valores de manera similar a como se socializa en algún grupo o denominación religiosa.)

A pesar de las fuertes críticas y del declive observado en el partidismo durante varios años, el concepto de identificación partidista y su aplicación a un número creciente de casos, tanto en democracias avanzadas como emergentes, refleja la importancia que el modelo de Michigan continúa teniendo en los estudios de voto. La reciente publicación de la obra *El votante europeo* (Thomassen, 2005) muestra esta importancia, no sólo porque el libro dedica un capítulo entero a revisar el concepto de identificación partidista y su evolución en seis democracias europeas, sino por el hallazgo que resultó luego de dicha revisión:

Una conclusión final es que el partidismo y el voto se han vuelto más independientes durante las pasadas décadas en Europa Occidental, lo cual hace de la identificación partidista potencialmente un instrumento analítico más poderoso de lo que se encontró que era en los tempranos estudios electorales europeos (Berglund *et al.*, 2005: 124).

En otras palabras, el concepto de identificación partidista ha cobrado importancia en los contextos europeos donde originalmente se le minimizó. Además, el interés por la identificación partidista en las democracias avanzadas queda evidenciada por investigaciones en Canadá, Gran Bretaña, Francia, Alemania y Australia (ver LeDuc *et al.*, 1984; Blais *et al.*, 2004; Gidengil *et al.*, 2006; Pierce, 1992; Fleury y Lewis-Beck, 1993; Baker, 1978; Marks, 1993). En Estados Unidos la evidencia más reciente muestra que “las lealtades partidarias en el público estadounidense han tenido un rebote significativo desde mediados de los años setenta, especialmente entre aquellos que, de hecho, asisten a votar en las elecciones. Al mismo tiempo, el impacto del partidismo en el comportamiento electoral se ha acentuado en años recientes” (Bartels, 2000: 35). Lejos de haber sido abandonado, el concepto central del modelo de Michigan –la identificación partidista– parece estar de vuelta en el centro de la atención académica sobre el voto y, por supuesto, de la controversia.

Los estudios sobre el partidismo en las democracias nuevas o emergentes comenzó desde las primeras transiciones de la llamada “tercera ola” democratizadora, con el caso español (Barnes *et al.*, 1985), pero se han ampliado rápidamente a las investigaciones electorales de otras nuevas democracias, como lo ilustra la investigación sobre las sociedades postsoviéticas (Miller y Klobucar, 2000; Miller *et al.*, 2000; Klobucar *et al.*, 2002; Brader y Tucker, 2004). En esos países el desarrollo de una identidad partidaria se ha dado a la par del desarrollo del sistema de partidos, abriendo una nueva oportunidad académica para entender el fenómeno del partidismo desde la misma gestación de los partidos políticos a los que hace referencia. El empleo del concepto y la medición de la identificación partidista en América Latina ha sido más escasa. El caso mexicano es probablemente el que ha ofrecido su mejor contexto de aplicación en la creciente literatura sobre el voto (ver Domínguez y McCann, 1995; Moreno y Yanner, 1995; Moreno, 1996a; Poiré, 1999; Moreno, 2003; Estrada, 2005; Moreno y Méndez, 2007). En el capítulo 2 de este libro se desarrollan algunas de las controversias que la literatura mexicana ha desatado en torno a esta perspectiva teórica.

Las perspectivas de elección racional

La tercera teoría dominante en la literatura sobre el voto es la perspectiva racional, la cual concibe al elector a partir de un enfoque eminentemente económico. Los estudios tempranos de esta escuela se publicaron desde los años cuarenta y cincuenta (Von Neuman y Morgenstern, 1947; Arrow, 1954; Downs, 1957), pero su relevancia teórica cobró una mayor importancia cuando se utilizó como explicación alternativa al modelo social-psicológico de Michigan. La obra de Fiorina (1981) sobre el voto retrospectivo desempeñó un papel central en esa contraposición de paradigmas. Sin embargo, la intención de situar el modelo racional como una perspectiva superior a la escuela social-psicológica de Michigan (y a la social de Columbia) fue notable desde antes, con una serie de trabajos que fueron denominados como el “modelo de Rochester” (Weisberg, 1986, citado en Gunther *et al.*, 2007: 13). Dicho modelo tiene su obra fundacional en Riker y Ordeshook, (1968), y “es caracterizado por el uso intensivo de modelos formales y datos de encuesta en un intento por demostrar la superioridad de las explicaciones racionalistas (más que las psicológicas) del comportamiento electoral” (Gunther *et al.*, 2007: 13). Parte de su atractivo incluye el uso de modelos formales, así como de una parsimoniosa y elegante representación de un fenómeno tan complejo como el voto. Para Lau y Redlawsk (2006), los modelos de Riker reflejan al

votante “racional” clásico de la teoría económica, como lo especificaron Von Neuman y Morgenstern (1947) y Arrow (1954). Esta aproximación es explícitamente normativa en su orientación y describe cómo los tomadores de decisiones deberían comportarse para garantizar decisiones maximizadoras de valor (Lau y Redlawsk, 2006: 6).

Además de esas obras, el paradigma de elección racional se basa en gran parte en el influyente libro de Anthony Downs, *Una teoría económica de la democracia* (1957), en el cual se establecen las principales premisas teóricas racionales. Para Downs, el voto refleja un cálculo que los votantes hacen acerca de los beneficios y costos de su decisión: “Cada resultado potencial tiene un beneficio o un costo, y el votante elegirá aquel que le beneficie más o que le cueste menos” (Evans, 2004: 70). De esta manera, la perspectiva racional se encarga de entender que la decisión de voto está motivada por una lógica de “maximización de utilidad”. En los modelos racionales se espera que el elector calcule el “diferencial” de utilidad que

obtendría de uno u otro partido estando en el gobierno. En este punto la información es crucial, por lo que diversas vertientes de la escuela racionalista le asignan un peso distinto en sus modelos. La expectativa downsiana es que resulta irracional estar muy bien informado sobre la política, ya que los costos de informarse superan, por mucho, a los beneficios. Por ello, un votante dejará de informarse cuando el costo de hacerlo excede a todo beneficio.

Precisamente por el peso que le dan a la información, Lau y Redlawsk (2006) distinguen entre dos tipos de modelos racionales. El primero, más cercano a la tradición de Riker, describe a un votante racional guiado por su propio interés y que actúa acorde con sus expectativas, en muchos casos inciertas, de que uno u otro candidato gane la elección. Este votante “cree que entre más información tenga acerca de las alternativas bajo consideración, la decisión resultante será mejor, por lo que tiende a buscar tanta información sobre cada alternativa como sea posible” (Lau y Redlawsk, 2006: 6). El segundo tipo, más cercano a la tradición de Downs, es tan racional como el primero pero sin las mismas habilidades cognoscitivas, según apuntan esos autores. Por ello, al votante le es suficiente tener a la mano algunas piezas de información para fundamentar su decisión. Al fin y al cabo, para Downs la ignorancia es, hasta cierto punto, racional. Esta idea ha sido el origen de toda una vertiente de la literatura de elección racional, en la que los investigadores se ocupan de las formas como los votantes suplen su falta de información mediante un razonamiento instintivo (Popkin, 1991) o delegando a otros el procesamiento de información propio (Lupia y McCubbins, 1998). Para Lau y Redlawsk, (2006: 7), el modelo downsiano refleja un “proceso de optimización con limitantes”. Lo que une a ambos modelos racionales de información limitada o ilimitada, como los denominan Lau y Redlawsk, es que el votante actúa conforme a la premisa del interés propio; es decir, el votante es maximizador de su propia utilidad, como quiera que ésta se defina.

Una perspectiva adicional a las dos planteadas es la de la racionalidad limitada, también denominada “toma intuitiva de decisiones” (Lau y Redlawsk, 2006: 13). Ésta se basa fundamentalmente en el trabajo de Herbert Simon (1955), del cual se deriva la idea de que los votantes toman decisiones con base en una racionalidad de baja información. Las coincidencias con Downs son grandes, y aunque algunos autores, como Popkin (1991), atribuyen su legado teórico a Downs, en realidad siguen los pasos de Simon. De hecho, buena parte de la literatura basada en la psicología cog-

noscitiva se podría clasificar dentro de esta perspectiva teórica. Lau y Redlawsk, quienes pertenecen a este grupo, argumentan que “la mayor parte del tiempo los tomadores de decisiones son guiados por dos motivaciones encontradas: el deseo de tomar una *buena* decisión y el deseo de tomar una *fácil* decisión” (Lau y Redlawsk, 2006: 14). Esto ha centrado la atención de varios investigadores en los procesos por los que se informa el votante (aunque la información sea poca) y, en particular, a teorizar en torno a los conceptos de “atajos cognoscitivos” y el empleo de “heurísticas”, es decir, llegar a una conclusión con poca información de manera intuitiva o incluso por tanteo. Los sofisticados cálculos de la perspectiva de elección racional clásica son, por lo tanto, un ideal casi inalcanzable para esta otra visión.

Pero aquí no se agota la agenda de las perspectivas racionalistas. La tradición downsiana, así como el trabajo del politólogo V.O. Key Jr. (1966), dieron lugar a una amplia literatura centrada en el voto económico, es decir, en la idea de que el voto refleja una evaluación de los electores acerca de las condiciones económicas del país o personales. De acuerdo con esta perspectiva, si las evaluaciones del votante son positivas éste suele premiar al partido en el gobierno, pero si son negativas tiende a castigarlo votando por la oposición. Esta dinámica no sólo supone la lógica y motivación del votante, sino también de los partidos. Para los modelos racionalistas, así como los votantes son racionales, también los son los partidos y sus candidatos. Como apunta Evans, “desde una perspectiva económica de oferta y demanda, los votantes racionales sólo puede decirse que existen si los partidos por los que votan también son racionales” (Evans, 2004: 72). En este sentido, los partidos también son vistos como maximizadores de utilidad, la cual, según sea el caso, puede significar el acceso o permanencia en el poder. Desde la perspectiva downsiana, los votantes evalúan el desempeño del partido gobernante para calcular un beneficio en caso de que éste continúe y compararlo con la utilidad esperada de que gane un partido distinto. Esta lógica económica tiene varias ramificaciones en lo que se denomina voto retrospectivo (evaluar el desempeño pasado), voto prospectivo (calcular las probabilidades de un desempeño futuro), voto económico de bolsillo (que refleja el beneficio personal obtenido durante el periodo del actual partido gobernante) o voto económico “sociotrópico” (que toma en cuenta el beneficio que el partido gobernante ha traído al país como un todo). La literatura sobre el voto económico se describe con mayor detalle en el capítulo VII, pero hay algunas obras que son claramente representativas (por ejemplo, Lewis-Beck, 1988). Esta literatura supone

que, además del elector, los partidos y sus candidatos también se comportan de una manera racional (Alesina y Roubini, 1999). Por ejemplo, los ciclos económicos pueden ser el reflejo de los políticos que manipula la economía para mejorar sus posibilidades de ser reelectos o de mantener a su partido en el poder.

Por otro lado, los modelos racionales derivados de Downs también generaron una continua atención por el papel que desempeñan en la competencia electoral la ideología, en general, y los temas o *issues* políticos, en particular. Esta es una de las vertientes que probablemente ha atraído la mayor atención de los racionalistas. Y no está por demás, ya que, en teoría, el peso que se le da a los temas o *issues* en las elecciones no es sino el reflejo de un electorado consciente y relativamente informado que se guía por el deseo de resolver problemas reales y no solamente por una fe partidista. Sin embargo, el planteamiento original de Downs dista mucho de ser eso. Para él, los partidos desarrollan ideologías para proveer a los votantes con información general y más sencilla de procesar que los temas específicos y más complicados (Hinich y Munger, 1994). En ese sentido, las ideologías sirven bien como atajos informativos para el elector y, dado que los partidos desean tener un apoyo relativamente estable en el tiempo, sus ideologías suelen ser también más o menos estables (Evans, 2004). Conociendo la distribución de los electores en una dimensión ideológica de conflicto, Downs argumenta que los partidos tienden a buscar los puntos en los que maximizan su apoyo electoral, adecuando sus estrategias electorales a dicha distribución. Tales puntos suelen coincidir con la postura del elector mediano, lo que ha generado un frecuente uso de la metáfora de la calle principal (vista como un mercado político), tempranamente desarrollada por Harold Hotelling, en 1929. Esa analogía se basa en la idea de que la competencia política es unidimensional y por lo general se asocia con el típico conflicto entre intervención del Estado y redistribución económica de un lado (izquierda), y los mecanismos de mercado y el individualismo capitalista del otro (derecha).

Pero en muchos casos, si no es que en todos, la competencia política es multidimensional. Por ello, la incorporación de múltiples dimensiones relevantes de conflicto abre paso a toda una literatura del voto desarrollada en torno a los espacios temáticos (*issue space*) y las teorías de proximidad y dirección del voto (ver, por ejemplo, Merrill y Grofman, 1999). La lógica subyacente es que los electores suelen votar por los partidos que les son más cercanos en un espacio de políticas o temas, también llamado espacio

partidista. De esto se desprende una vertiente de investigaciones que se ha denominado *issue voting* (voto temático). Los temas suelen variar de país a país o de una elección a otra en cada país, lo cual hace que su análisis comparativo sea muy complicado. Sin embargo, los temas ayudan a enmarcar y a comprender una elección particular y a derivar posibles mandatos de los electores a los gobiernos electos. Algunos temas generalmente utilizados en el análisis del voto temático incluyen el desempleo, la salud pública, el medio ambiente, el gasto público, los impuestos, la seguridad pública, la pobreza, la migración, el aborto, la guerra, etcétera. La teoría del voto temático espera que en cada tema relevante (el cual puede variar en su visibilidad e importancia entre el electorado) los partidos y los votantes asuman posiciones, generalmente encontradas, sobre las cuales se disputa una elección.

Parte del esfuerzo de esta aproximación al voto es medir las distancias –reales o percibidas– entre los votantes y los partidos políticos. Una menor distancia en una o en múltiples dimensiones temáticas suele asociarse con una mayor probabilidad de voto. Pero no todos los temas o *issues* son del mismo tipo. La literatura ha distinguido entre temas de postura (*position issues*), en los que se genera una división entre “proponentes y oponentes”, y temas de valencia (*valence issues*), en los que “el público tiende a estar de acuerdo en los fines, pero no en los medios necesarios para alcanzar dicho fin” (Aardal y Van Wijnen, 2005: 196). Como apuntan Aardal y Van Wijnen, “[e]l efecto de los temas posicionales se trata en las teorías de proximidad (Davis *et al.*, 1970; Downs, 1957) y en las teorías direccionales (Rabinowitz y Macdonald, 1989). Por otra parte, los temas de valencia representan conflictos relacionados con las prioridades temáticas y con lo competentes que son los partidos y los líderes políticos [para tratarlos]. El efecto de los temas de valencia es tratado en las teorías de voto retrospectivo (Fiorina, 1984; Kinder y Kiewit, 1979, 1984) y de propiedad temática (*issue ownership*)” (Aardal y Van Wijnen, 2005: 196). En suma, los temas o *issues* son aspectos de la vida política democrática que pueden enmarcar una elección en un momento dado, pero que también están sujetos a una evolución a lo largo del tiempo, incrementando su importancia en una sociedad o incluso remplazando a otros temas que habían sido previamente predominantes (Carmines y Stimson, 1989).

Hay un área adicional de la perspectiva racionalista sin cuya mención no podríamos decir que hemos cubierto, al menos de manera breve, las diversas contribuciones de esa escuela a las explicaciones del voto. Se

trata del concepto de “voto estratégico”, que refleja un ordenamiento racional de preferencias del elector y por el cual, si éste percibe que su opción preferida tiene bajas probabilidades de ganar una elección, entonces opta por una segunda opción, a la que percibe con más probabilidades de triunfo, con tal de que no gane la opción menos deseada (o más rechazada). Este tipo de voto requiere cierta coordinación y la información también desempeña un papel importante, en tanto que el elector debe ser capaz de calcular subjetivamente las probabilidades que las opciones políticas (incluida su preferida) tienen de ganar una elección. La idea de “voto útil” en la elección presidencial de 2000 se acerca a esta perspectiva, ya que suele pensarse que éste se dio entre votantes de izquierda, quienes al atribuir pocas probabilidades de triunfo a Cuauhtémoc Cárdenas, optaron por Fox como segunda opción, con la finalidad de que no ganara el candidato del PRI (su opción relevante menos preferida).

Esta breve revisión de las diversas perspectivas de elección racional abarca un fascinante conjunto de temas de investigación, en los que el desarrollo de modelos formales ha sido el rasgo más característico. Sin embargo, y antes de cerrar esta sección, hay que señalar el fenómeno de voto en el que la teoría de elección racional ha fracasado notablemente: la explicación de por qué la gente vota. De acuerdo con los planteamientos de los modelos racionalistas, en los que el votante maximiza beneficios y minimiza costos, el acto de ir a votar resulta completamente irracional, ya que el costo parece ser muy alto comparado con el beneficio obtenido. Sin embargo, la gente vota; pero este es un punto al cual regresaremos en el capítulo VIII.

La teoría de los clivajes políticos

Las tres perspectivas teóricas descritas hasta ahora se originaron y desarrollaron a partir de la experiencia político-electoral de Estados Unidos. Además, las tres tienen como factor común un enfoque casi absolutamente individual, es decir, analizan al votante como individuo. En contraste, la cuarta perspectiva teórica sobre el voto se desarrolló a la luz de los sistemas de partidos en Europa y explica el voto en función de las alineaciones de grupos de electores con los partidos políticos. Su planteamiento original es que el voto refleja las divisiones estructurales existentes en una sociedad en un momento dado, conocidas como *social cleavages*, o clivajes sociales. La obra fundacional de esta escuela la desarrollaron Lipset y Rokkan

en *Sistemas de partidos y alineaciones de votantes*, publicado en 1967, en la cual “adoptan una perspectiva macrosociológica histórica” (Evans, 2004: 47). Aunque algunos académicos suelen equiparar el enfoque de clivajes sociales con la escuela sociológica de Columbia, precisamente los análisis histórico-sociológicos en escala macro diferencian la tradición iniciada por Lipset y Rokkan de la que plantearon Lazarsfeld y sus colegas. La sociología es un fuerte componente de ambas, pero en la perspectiva socioestructuralista o de clivajes sociales los factores históricos, así como los vínculos o alineaciones de largo plazo entre *grupos* de electores y partidos, son fundamentales.

Para Lipset y Rokkan, los sistemas de partidos y los patrones de voto en la Europa de la posguerra tienen sus orígenes en los procesos de formación de los Estados-nación, y fueron influidos en mayor o menor medida por procesos histórico-económicos de la magnitud de la Revolución Industrial o la separación de la Iglesia y el Estado. Estos fenómenos históricos marcaron divisiones sociales que, al ser movilizadas políticamente, dieron lugar a los llamados *political cleavages*, o a la expresión de las divisiones sociales en el apoyo político partidario. El término se ha traducido como “clivajes políticos”, y se refiere a la correspondencia que hay entre las diferencias estructurales o culturales presentes en una sociedad y las lealtades partidarias de un grupo. La formación de los estados-nación y la propia democratización “contrapusieron a diferentes grupos sociales en la medida en que el Estado centralizado y secular desafiaba las lealtades territoriales, culturales y económicas existentes” (Evans, 2004: 48). Entre las divisiones sociales más expuestas a la movilización de las elites políticas estaban las diferencias de clase (por ejemplo, patrones y trabajadores, una contraposición creada por la Revolución Industrial), culturas religiosas y seculares, y las lealtades centralistas y periféricas (ambas producto de la formación del Estado-nación). Así pues, los clivajes clásicos estaban anclados en la clase, la religión y las cosmovisiones culturales o morales de las sociedades.

En palabras de Lipset y Rokkan,

[H]emos encontrado reveladora la distinción de cuatro líneas críticas de clivaje. [...] Dos de esos clivajes son producto directo de lo que podríamos llamar la *Revolución Nacional*: el conflicto entre la *cultura centralista de la formación de la nación* y la creciente resistencia de las *poblaciones sujetas* de las provincias y las periferias, que son étnica, lingüística y religiosamente distintas: 1) [el otro es] el conflicto entre el *Estado-nación* centralizador,

estandarizante y movilizador, y los privilegios corporativos históricamente establecidos de la *Iglesia*. 2) [Los otros dos clivajes] son producto de la Revolución *Industrial*: el conflicto entre los *intereses terratenientes* y la clase emergente de empresarios industriales; 3): el conflicto entre los *dueños y patronos* de un lado, y los *inquilinos, los trabajadores y los obreros*, del otro. (Lipset y Rokkan, 1967, reproducido en Mair, 1990: 101).

Según Dalton, “esos conflictos sociales definían las bases ideológicas primarias de la política” (Dalton, 2002: 190). Uno de los resultados más importantes para el análisis fue la temprana identificación del conflicto entre izquierda y derecha y la alineación de electores en cada polo para apoyar a los partidos correspondientes, principalmente la clase trabajadora con la izquierda y la clase media con la derecha (Lipset, 1959/1981). Para Norris, los

clivajes tradicionales eran poderosos por varias razones. Primero, éstos reflejaban fisuras ideológicas fundamentales en la política partidaria. La clase social reflejaba la escisión básica entre la izquierda, que favorecía un fuerte papel del Estado por medio de las políticas igualitarias de bienestar, la redistribución fiscal y una administración económica intervencionista, y la derecha, que prefería un papel más limitado del gobierno y una economía de mercado tipo *laissez-faire*. La división religiosa reflejaba debates morales entre liberales y conservadores, tales como los que se dan en torno al rol de las mujeres, el matrimonio y la familia. Las diferencias entre centro y periferia tenían que ver con el grado de centralización del Estado-nación y la medida en que el poder debía ser transferido de forma descendente a las regiones (Norris, 2004: 96-97).

En resumen, “el voto de clivaje (*cleavage voting*) se refiere a la interacción entre grupos socioestructurales y los partidos políticos” (Oskarson, 2005: 85).

Lipset y Rokkan señalaron, sin embargo, que “estos clivajes no se traducen a sí mismos en oposiciones partidarias de manera natural: hay consideraciones de estrategia organizacional y electoral” (Lipset y Rokkan, 1967: 26, citados en Evans, 2004: 48). Como se ha observado más recientemente,

uno de los puntos centrales del modelo de clivajes sociales era que los sistemas de partidos no eran un mero reflejo de la estructura de clivajes. El proceso de alineación podía tomar diferentes rutas dependiendo del contexto institucional en ciertos puntos del proceso de democratización.

[...] Esta perspectiva implica que la importancia de los clivajes sociales en la elección de partido no sólo depende de la naturaleza o de la fuerza de los clivajes, sino también de cómo los partidos se relacionan con esos clivajes. Por ejemplo, un partido social demócrata radical que defiende los derechos e intereses básicos de la clase trabajadora en oposición a la burguesía es más probable que movilice los votos de la clase trabajadora que un partido social demócrata ubicado en el centro ideológico del sistema de partidos y que se refiere a los votantes como “gente ordinaria” (Oskarson, 2005: 85).

El voto de clivajes refleja, pues, las líneas de división social o valorativa movilizadas por los partidos políticos para tener un apoyo estable. Pero esta teoría no solamente explicaba el voto, sino, de hecho, la formación de los propios sistemas de partidos. En el ensayo clásico de Lipset y Rokkan, “el énfasis se pone en los conflictos y su traducción en sistemas de partidos. [...] La discusión se da en torno a los partidos como alianzas en los conflictos sobre políticas y compromisos valorativos dentro del cuerpo político en su conjunto” (Lipset y Rokkan, 1967/1990: 93). Sobre este punto se desarrolla otra de las ideas más influyentes de Lipset y Rokkan que daría lugar a los subsiguientes revisionismos: la estabilidad o “congelamiento” de los sistemas de partidos. Lo poderoso del concepto de “congelamiento” en esta escuela suele plasmarse en las investigaciones electorales con una de las frases más citadas de Lipset y Rokkan: “los sistemas de partidos de los años sesenta reflejan, con pocas pero significativas excepciones, las estructuras de clivajes de los años veinte” (Lipset y Rokkan, 1967/1990: 134). Al explicar el voto por clivajes mucho más recientemente, Norris apunta que, en la medida en que los

vínculos organizacionales se fortalecieron a través de los años, los sistemas de partidos se “congelaron” desde los años veinte hasta mediados de los sesenta, con patrones estables de competencia partidaria girando alrededor de los clivajes primarios más importantes que dividían a cada sociedad, como se ejemplifica con el rol de las clases en Gran Bretaña, la religión en Francia y el lenguaje en Bélgica (Norris, 2004: 97).

¿Pero cuánto tiempo duró ese “congelamiento” partidario? A pesar de la enorme influencia del concepto, la evidencia recopilada por medio de las encuestas y los patrones de votación durante la segunda mitad del siglo xx mostró un debilitamiento de los clivajes tradicionales europeos. En particular, el clivaje de clase fue notoriamente perdiendo centralidad en la

política electoral (Flanagan y Dalton, 1984/1990; Inglehart, 1987/1990). La típica conexión entre las clases trabajadoras y los partidos de izquierda, por un lado, y las clases medias y los partidos de derecha, por otro, se estaba debilitando. Como apuntaron Flanagan y Dalton hace poco más de dos décadas, “el declive de los clivajes partidarios por lo general está acompañado por cambios paralelos en los valores públicos. Cualquier conjunto de temas dado, que provoca un patrón particular de clivaje social y de alineación partidaria, inevitablemente menguará su importancia a lo largo del tiempo”. Como un remplazo del clivaje de clase, algunos politólogos encontraron evidencia de un clivaje de valores que integraba nuevos temas al conflicto político. Inicialmente, a este nuevo clivaje valorativo se le denominó como un clivaje de valores materialistas y posmaterialistas (Inglehart, 1977; Lijphart, 1981). Éste era el resultado de un creciente sentido de seguridad física y material masivo que experimentaban las generaciones nuevas de las sociedades posindustriales, como parte de un fenómeno que Inglehart denominó “el rendimiento marginal decreciente del desarrollo económico”. El remplazo del clivaje de clase por uno de valores provocó importantes cambios en las alineaciones partidarias de los públicos europeos, redefiniendo incluso el significado tradicional de izquierda y derecha. “Aunque las lealtades partidarias y los lazos institucionales establecidos de tiempo atrás vinculan a la clase trabajadora con la izquierda y a la clase media con la derecha, las bases sociales del *nuevo* apoyo a los partidos y a las políticas públicas de la izquierda tiende a provenir de las clases medias” (Inglehart, 1987/1990: 274). La nueva izquierda se preocupaba crecientemente más por temas como el medio ambiente y el papel de la mujer, dejando los intereses materiales de clase en segundo plano.

El remplazo de temas de nueva izquierda y nueva derecha en la política europea refleja el cambio de los clivajes sociales a los clivajes de valores.

La dimensión valorativa moral y la de valores económicos de izquierda y derecha suelen referirse a la “Vieja Política” porque capturan la esencia de las líneas tradicionales de conflicto en la sociedad posindustrial. En contraste, la “nueva política” se refiere a los conflictos de valores emergentes en la sociedad posindustrial (Knutsen y Kumlin, 2005: 125).

Inglehart ofrecía una explicación acerca del cambio de los clivajes sociales a otros de valores fundamentada en el desarrollo económico de la propia sociedad posindustrial (una descripción mucho más detallada de dicha explicación se puede encontrar en Inglehart, 1997, y en Moreno,

1999a y 1999b). Dicha explicación sirvió como punto de partida para otros análisis electorales (Lijphart, 1984; Kitschelt, 1995). Kitschelt, por ejemplo, argumentaba a mediados de los años noventa que

la estructura social y la economía del capitalismo avanzado han dado predominancia a una dimensión de competencia política con dos aspectos: posturas económica y políticamente izquierdistas (redistributivas) así como culturalmente libertarias (participativas e individualistas) en un extremo, y posturas económicamente derechistas, [favorecedoras] del libre mercado, así como política y culturalmente autoritarias, en el otro (Kitschelt, 1995: vii).

La transformación valorativa identificada por Inglehart (1977) había sido gradual y silenciosa, pero algunos de sus seguidores buscaron explicaciones en transformaciones menos graduales y más ligadas con eventos políticos de gran escala. Para Flanagan y Dalton, por ejemplo, el cambio en el tipo de clivajes políticos europeos reflejaba un fenómeno de *realineación*. “El marco principal y más importante para explicar el cambio electoral” –argumentaban esos autores–, gira en torno al concepto de *realineación*” (Flanagan y Dalton, 1984/1990: 232). Este es un término que se usó recurrentemente para explicar las transformaciones en el sistema estadounidense de partidos causadas por las elecciones “críticas”.

El concepto de *realineación* fue muy influyente y dio lugar a todo un “género” estadounidense de explicaciones electorales en sí mismo (Mayhew, 2002). El politólogo David Mayhew argumenta que el término lo acuñó y popularizó V.O. Key Jr. en un artículo de 1955, “A Theory of Critical Elections” (una teoría de las elecciones críticas). El argumento es que hay algunas pocas elecciones consideradas *críticas* en las cuales se “generan resultados decisivos de la votación que revelan una aguda alteración del clivaje preexistente en el electorado. [...] La característica verdaderamente diferenciadora de este tipo de elecciones [es que] la *realineación* hecha manifiesta en el voto de tales elecciones parece persistir durante varias elecciones sucesivas” (Key, citado en Mayhew, 2002: 8). El “género” o literatura de la *realineación* tuvo varios seguidores en Estados Unidos (Schattschneider, 1960; Burnham, 1965, 1970; Beck, 1974; Sundquist, 1983; Dalton, Flanagan y Beck, 1984 y, quizás en menor medida pero enfocándose a la evolución de los temas que afectan la competencia electoral, Carmines y Stimson, 1989), y de ahí fue adaptada a algunas de las explicaciones del cambio electoral en Europa. Mayhew ve con escepticismo que el concepto

de elecciones “críticas” sea el causante de las realineaciones en Estados Unidos, pero el concepto de realineación persiste como una herramienta frecuente en los análisis electorales hasta hoy, no sólo como realineación partidaria, sino también ideológica (ver Abramowitz y Saunders, 1998; Putz, 2002). En México, el tema de la realineación se ha planteado desde el desprendimiento de adhesiones partidarias al PRI con motivo de la crisis de los ochenta (Klesner, 1994) y más recientemente en las elecciones de 2006, en las que se evidenció una pérdida adicional de seguidores de dicho partido, que registró el peor nivel de apoyo de toda su historia (Moreno y Méndez, 2007).

El debilitamiento de los clivajes tradicionales en Europa, y su replanteamiento teórico centrado en las orientaciones valorativas, ha sido motivo de una intensa producción académica (ver, por ejemplo, Inglehart, 1984 y 1997; Kitschelt, 1994 y 1995; Knutsen, 1995; Moreno, 1999a; Dalton, 2004; Gunther y Hsin-chi, 2007). Su estudio ha trascendido a sociedades de otras regiones, incluidas algunas democracias emergentes. El proceso de democratización de la llamada “tercer ola” generó, por ejemplo, un clivaje particular no observado en las democracias estables. Como ya se ha apuntado,

la democratización, como proceso de cambio, crea una polarización de las presiones para la transformación democrática y los esfuerzos por preservar el orden autoritario. Esta polarización se observa no sólo a nivel de las elites políticas, sino también entre los públicos masivos. Las elecciones en las democracias en transición polarizan la preferencia por la transformación democrática y su resistencia, moldeando el eje principal de conflicto político en los nuevos y aún no consolidados sistemas de partidos. Dicha polarización incluso domina sobre el convencional clivaje de clase basado en el eje izquierda-derecha socioeconómico que ha caracterizado tradicionalmente a la competencia partidista (Moreno, 1999a).

En el fondo, el clivaje autoritario-democrático era un reflejo de valores, actitudes y preferencias en torno al cambio democrático y no necesariamente un clivaje estructural.

Otras investigaciones más recientes han elaborado análisis de los clivajes de valores en sociedades de cuatro continentes y se ha llegado a la conclusión de que los clivajes de valores importan: Los “valores han ejercido un profundo impacto en el comportamiento electoral [...] aún después de que los efectos de otros determinantes del voto han sido ‘controlados’” (Gunther y Hsin-chi, 2007: 255).

Pero la importancia del voto de clivajes, ya sea anclado en la estructura social o en la configuración de valores, radica no sólo en entender la dinámica del apoyo electoral, sino también las estrategias de los partidos políticos en dicha dinámica. Los cambios en los clivajes modifican las estrategias de los partidos para obtener apoyo y fortalecer su vínculo con los votantes en las nuevas líneas de clivaje. La literatura sobre clivajes y estrategias partidistas incluye varios estudios de Europa Occidental en los que se busca entender las estrategias de adaptación que los partidos siguen (Kitschelt, 1994, 1995; Mair *et al.*, 2004), pero también se ha extendido a las nuevas democracias de Europa central y oriental (Kitschelt *et al.*, 1999), América Latina (Moreno, 1999a) y México (Moreno, 1999b; Magaloni y Moreno, 2003; Greene, 2007a).

Este enfoque termina por cerrar el círculo de las teorías del comportamiento electoral. ¿Apoyan los votantes a los partidos de acuerdo con sus puras preferencias, o los partidos apelan a esas preferencias no sólo para ganar una elección sino para establecer coaliciones de electores que los apoyen de manera estable? Recientemente se ha planteado en Europa que el declive en las lealtades de los votantes, en buena manera influidas por la cambiante estructura de clases que ha incrementado el “electorado disponible”, “constituye uno de los desafíos más poderosos que enfrentan los muchos partidos políticos en busca de apoyo en los mercados electorales contemporáneos” (Mair *et al.*, 2004: 1). Esto quiere decir, en corto, que el comportamiento electoral de los votantes no sólo se entiende a la luz de sus rasgos individuales de corto y largo plazos, sino también a la forma en que éstos se vinculan de manera más estable con las opciones políticas mediante de la movilización de las líneas de conflicto. Pasemos a revisar esta idea con un poco más de detenimiento.

COALICIONES DE ELECTORES

Como se ha visto hasta ahora, por lo general la conducta electoral suele explicarse desde diversas perspectivas teóricas y analíticas. Una es la diferencia entre los aspectos de largo plazo que influyen en el voto y los factores de corto plazo que cambian o activan esas preferencias previas, particularmente durante las campañas electorales. Los autores de *El nuevo votante americano*, Warren Miller y Merrill Shanks, apuntaban que:

la clasificación tradicional de las explicaciones electorales en términos de partidos, temas y candidatos es difícil de separar de la sugerencia de que algunas opiniones políticas tienen una influencia de “largo plazo” en las decisiones de los votantes, mientras que otras representan sólo fuerzas de “corto plazo” de la campaña en curso (Miller y Shanks, 1996: 8).

Esta diferenciación no sólo es importante para poder definir el tipo de variables que influyen la decisión de voto, sino también porque deriva en dos maneras muy distintas de entender ese fenómeno. ¿Es el voto una decisión que se toma al momento de sufragar en una elección o es una predisposición política más o menos duradera que persiste de una elección a otra? En principio podemos decir que hay votantes para quienes se aplica más lo primero y otros para quienes es más preciso lo segundo. Pero, ¿por qué? La respuesta depende de la perspectiva teórica que utilicemos. Por ejemplo, una teoría socioestructural del voto podría ir tan lejos como decir que “cruzar la boleta es una manifestación implícita de la identidad social” (Harrop y Miller, 1978: 173, citados en Evans, 2004: 42). Siguiendo este mismo enfoque, Evans argumenta que “quizás sea más útil pensar el voto no como un proceso de toma de decisión *per se* sino como una expresión predeterminada de los elementos políticos importantes que predisponen al votante hacia un partido o candidato: el elemento de decisión (*choice*) debería ser eliminado por la teoría de la ciencia social” (Evans, 2004: 43). Otras perspectivas, sin embargo, no aceptarían esta premisa tan fácilmente. El voto puede ser el resultado de un razonamiento durante las campañas políticas y no la conducta inercial que responde al condicionamiento social. En este libro se da importancia tanto a los factores de largo plazo como a los de corto plazo, ya que éstos no necesariamente son excluyentes.

Una segunda diferenciación analítica es entre el votante como individuo y el electorado como colectividad o agregado. Estudiar al votante individual implica enfocarse en sus características sociológicas y demográficas, en sus actitudes y rasgos psicológicos y de opinión, en sus cálculos, racionalidad y capacidad de evaluación, o en su grado de exposición y atención a la información política. Estos aspectos subyacen a la pregunta central de la literatura sobre el voto: ¿por qué vota el elector de la manera como lo hace? Por otra parte, el estudio del electorado como colectividad suele enfocarse en los resultados de las elecciones y en sus interpretaciones como mandato, pero también, como se vio en la sección anterior, en

las alineaciones del electorado de una manera relativamente estable con los partidos políticos, lo que la ciencia política suele denominar *party-voter linkages*, o vínculos entre partidos y electores.

A este libro se le ha añadido un subtítulo: “Las nuevas coaliciones de electores”. Éste refleja el argumento central de que el desvanecimiento del clivaje autoritario-democrático (la vieja división de coaliciones priísta y antipriísta) no sólo ha dado lugar a una redefinición ideológica de la competencia electoral en México, sino que ha abierto la posibilidad de una transformación sustancial en las alineaciones de votantes en torno a nuevos polos de conflicto –o incluso el regreso a los temas tradicionales, como el conflicto económico izquierda-derecha. Es un imperativo del libro documentar esa transformación, interpretarla y prever, en la medida de lo posible, sus implicaciones para las elecciones venideras.

Por coaliciones de electores no nos referimos a las agrupaciones o alianzas institucionales que los partidos políticos forman en ciertas elecciones y que quedan legalmente constituidas para competir en un proceso electoral, como la Alianza por el Cambio que formaron el PAN y el PVEM en 2000, la Coalición por el Bien de Todos formada por el PRD, el PT y Convergencia en 2006, o la Alianza por México entre el PRI y el PVEM en ese mismo año. Por coaliciones de electores se entenderán las “alineaciones” o configuraciones de votantes ancladas en diferencias estructurales o valorativas, las cuales se han formado por la movilización política de las divisiones sociales o temáticas, traducéndose en apoyo político más o menos sostenido, aunque no inmutable, a los partidos políticos. El término es una adaptación del original en inglés: *political alignment*, generalmente traducido como alineación política.

Como se vio en la sección anterior, en las democracias avanzadas estas alineaciones se han referido a cómo importantes segmentos del electorado se diferencian en torno a ciertas líneas de conflicto y dan su apoyo a los partidos que representan los lados opuestos de dicho conflicto. Sólo por mencionar algunas, en la ciencia política se han documentado extensamente las divisiones de clase (por ejemplo, clases medias contra clases trabajadoras), de modelos económicos (socialistas contra capitalistas), de valores y cosmovisiones liberales y conservadores, de religión (como católicos contra protestantes o religiosos contra seculares), de posturas progresistas y reaccionarias, de valores materialistas y posmaterialistas, o simple y sencillamente de identificación ideológica de izquierda contra derecha.

La explicación que se ofreció en *El votante mexicano* se basaba precisamente en la expresión de clivajes, principalmente valorativos pero con cierto arraigo en las divisiones estructurales de los mexicanos. En 2000, la campaña de Fox movilizó al creciente electorado prodemocrático que rechazaba al PRI con un mensaje de cambio. Esa dimensión de conflicto se identificó como un clivaje de régimen (*regime cleavage*). La lógica es que un electorado más moderno, urbano y escolarizado, alineado desde los años ochenta con la oposición al PRI, fue movilizó en torno al conflicto entre la continuidad o el cambio del régimen político prevaeciente. En este libro se documenta cómo esa alineación antipriista se dividió en 2006. Es de fundamental importancia para entender las elecciones futuras cómo y por qué se dio ese cambio.

Enfocarse en las nuevas coaliciones electorales, y no sólo en el votante individual, implica entender una lógica de voto “grupal”. Esto no significa abandonar las explicaciones que se basan en un razonamiento o una lógica individualista. Por el contrario, se trata de avanzar ese argumento individual a su efecto colectivo. Al final del día, las explicaciones electorales suelen girar en torno a cómo ciertos bloques o tipos de votantes manifestaron su apoyo en las urnas y no a cómo votó cada persona. Además de ello, enfocarse en el comportamiento y las preferencias de grupos de votantes suele tener un lado práctico.

Los partidos aún piensan extensivamente en términos de grupos de votantes más que en los votantes individuales. La elección de voto puede haberse particularizado más [...], pero, aunque algunas veces en un sentido muy estrecho, las estrategias electorales de los partidos continúan construyéndose con base en el atractivo de ciertas categorías de ciudadanos –los jóvenes, los viejos, los padres solteros, las madres que trabajan, la nueva clase media urbana, etcétera (Mair *et al.*, 2004: 12).

Un ejemplo descrito recientemente por un destacado consultor político da prueba de ello, se toma no tanto por su valor académico sino como ilustración del razonamiento de quienes diseñan las estrategias en busca del voto popular para sus candidatos. El ejemplo se deriva de la campaña para reelegir a William Clinton en 1996:

Comenzamos a examinar al electorado desde tres distintas perspectivas –los temas, la personalidad y los estilos de vida. La parte de temas fue relativamente fácil. Por medio de nuestras encuestas fuimos capaces de dividir al electorado en cuatro partes distintas: 1) la base de Clinton (28 por

ciento del electorado); 2) la base de Dole (18 por ciento); 3) los votantes cambiantes tipo I [*swing I voters*] (29 por ciento), que se inclinaban hacia Clinton pero estaban indecisos; 4) los votantes cambiantes tipo II [*swing II voters*] (25 por ciento), quienes eran más conservadores y era menos probable que apoyaran a Clinton. Con base en nuestra investigación, dedujimos que Clinton necesitaba el apoyo de 60 por ciento de los votantes cambiantes tipo I y 30 por ciento de los votantes cambiantes tipo II para poder ganar. [...] Nuestras encuestas mostraban que los votantes cambiantes tipo I eran mucho menos partidistas que otros grupos y que estaban mucho más preocupados por los programas de clase media orientados hacia la familia. También eran, políticamente, liberales moderados y, a la vez que apoyaban ciertas causas progresistas, les importaban principalmente el tipo de programas de gobierno que los hicieran sentir más seguros, tanto personal como financieramente. Les preocupaban [temas como] el seguro de gastos médicos y si bien apoyaban [medidas para la] prevención del crimen y el control de armas, también querían ver sentencias más duras para el crimen violento. Y además les preocupaban los costos y cargas relacionados con el cuidado de sus padres ancianos (Schoen, 2007: 232).

EL USO DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas permiten analizar las características de los electores, así como sus preocupaciones y prioridades. Si bien aquéllas sirven para asistir a los políticos y sus asesores en el diseño de estrategias para buscar apoyo, a los académicos les son indispensables para entender las dinámicas de la competencia política y generar teoría a partir de esa evidencia. Este es el caso del presente libro. La evidencia de las encuestas es el insumo básico y fundamental para todas las argumentaciones aquí vertidas.

Este libro se basa en la evidencia recopilada mediante 95 encuestas (83 nacionales en vivienda, cuatro estudios tipo panel que incluyen 13 levantamientos en escala nacional y ocho encuestas de elite entre legisladores y delegados de partido) realizadas entre 1986 y 2007, aunque la gran mayoría de ellas se efectuaron a partir de 1995. En total, todos estos estudios comprenden 131,127 entrevistas a 123,217 mexicanos (restando las 7,910 reentrevistas a los mismos participantes de los estudios tipo panel). El listado completo de estas encuestas se puede encontrar en el anexo de este libro. Algunas de esas encuestas se utilizan sólo descriptivamente para construir tendencias de largo plazo, pero la mayoría se usa en análisis estadísticos más detallados. A la fecha no hay ningún otro trabajo académico

sobre el comportamiento electoral mexicano que se base en una fuente de evidencia empírica derivada de las encuestas tan rica como este. Esta colección de encuestas es única en su género. Algunas de esas encuestas están depositadas en bancos de datos públicos de diversas organizaciones, o pueden ser accesibles por medio de quienes las realizaron o patrocinaron.

PLAN DEL LIBRO

Para organizar este libro se puso atención primero en los factores de largo plazo de la decisión electoral, como el partidismo y la ideología; después en los factores de corto plazo, como la información y las campañas, la popularidad presidencial y las evaluaciones económicas retrospectivas. Posteriormente en el análisis del voto y la participación electoral, para concluir con una revisión de las actitudes hacia la democracia y de cómo ven los mexicanos el nuevo sistema de partidos. En esa última parte también se incorporan algunos análisis de las actitudes y las percepciones de las elites políticas.

En específico, los capítulos II, III y IV se ocupan de entender diversas facetas del partidismo de los mexicanos, tanto a nivel agregado como individual. En el capítulo II se describen las teorías sobre el partidismo y se documenta la evolución del macropartidismo durante las dos últimas décadas. En el capítulo III se examina el partidismo como una identidad social, y se vincula con los rasgos sociales, geográficos e ideológicos de los mexicanos. En el capítulo IV se estudia la estabilidad y el cambio del partidismo en escala individual y se comparan las medidas alternativas de partidismo que se han utilizado en las democracias avanzadas. En su conjunto, estos tres capítulos ofrecen un retrato analítico del rasgo político más marcado de los mexicanos, es decir, su orientación partidaria.

En el capítulo V se discuten la ideología y los clivajes principales que se han observado en el electorado mexicano en los últimos años, así como su influencia en los resultados electorales de 2000 y 2006. En ese mismo capítulo se presenta evidencia acerca de cómo han cambiado las alineaciones de votantes con los partidos principales y se sientan las bases para entender las viejas y las nuevas coaliciones de electores. Este capítulo es central para comprender la transformación de la política mexicana no sólo entre 2000 y 2006, sino para prever el comportamiento del electorado en el futuro. No se trata de un capítulo aislado, sino que está vinculado tanto

con los que le preceden como con los posteriores, pero el lector puede decidir leerlo independientemente de los demás y no perder el detalle sobre la naturaleza de las nuevas coaliciones de electores que da título a esta segunda edición.

En el capítulo VI se analizan los patrones de información y atención que los electores ponen a las campañas en años electorales. Además, se aborda un elemento central para la decisión de voto: la imagen de los candidatos. En el capítulo VII se explican y documentan los fenómenos de popularidad presidencial y de juicios económicos retrospectivos en México y se incorporan, junto con las otras variables previamente analizadas, en un modelo estadístico general de decisión de voto en 2000 y 2006. Asimismo, se plantea la importancia de distinguir analíticamente los factores de largo y corto plazos influyen en el voto, pero también la importancia de no manejarlos de manera excluyente en un modelo que pretenda dar una explicación comprensiva de ese fenómeno.

En el capítulo VIII se desarrolla otro modelo estadístico, pero esta vez para explicar la decisión de ir a votar. El análisis de la participación se complementa también con una radiografía del abstencionismo en la elección presidencial de 2006. Finalmente en el capítulo IX se ofrece un breve repaso de la cultura política, las percepciones sobre la democracia y de cómo ven los ciudadanos el nuevo sistema de partidos. Dada la importancia de esto último para entender los posibles patrones de competencia futura, este capítulo también ofrece un breve análisis acerca de cómo los propios partidos políticos, y en especial los diputados federales de las tres últimas legislaturas, se perciben a sí mismos y a los partidos contra los cuales compiten. El capítulo X es una conclusión de los principales hallazgos vertidos a lo largo del libro, pero también una reflexión acerca de cómo podría ser la competencia electoral futura y por qué. Más que definir esa prospectiva con un afán de predicción, lo que se hace es plantear líneas de investigación futura que no sólo tienen que ver con la teoría, sino también con el quehacer político.

Este libro está dirigido a varios públicos: desde quienes están interesados en las teorías y los análisis de datos, hasta quienes sólo desean saber las razones por las que votamos los mexicanos y que subyacen a nuestras decisiones. Por ello, esta obra puede tener de particular atractivo para investigadores, estudiantes, periodistas, analistas políticos, consultores, encuestadores, representantes populares, candidatos a puestos de elección popular, asesores de campaña, líderes y militantes partidis-

tas, autoridades electorales, votantes y, en general, para todo ciudadano que esté interesado en entender cómo votan los mexicanos, cómo se ha transformado el electorado en los últimos años, cómo afecta eso la dinámica de las elecciones y, sobre todo, qué podemos aprender para que nuestra democracia funcione mejor. Aunque el libro no se guía por una discusión de tipo normativo, es indudable que una buena prescripción acerca de cómo debemos ser puede partir de la base de un conocimiento acerca de cómo somos. Para ese propósito, las encuestas han sido nuestro mejor espejo.

El partidismo

Uno de los rasgos más notables e importantes del sistema mexicano de partidos es el hecho de que la mayoría de los electores se identifica con alguno de los tres principales institutos políticos. De 1996 a 2007, por lo menos dos tercios de los mexicanos se consideraban a sí mismos como panistas, priístas o perredistas. El sentido de partidismo es tan arraigado que una cuarta parte del total de los electores se identifica *mucho* con su respectivo partido político, lo cual significa que uno de cada cuatro electores es un partidista fuerte. El tercio restante del electorado es apartidista o independiente, es decir, que no tiene un sentido de adhesión con ninguno de los partidos. Este grupo incluye una pequeña proporción, de entre 4 por ciento y 5 por ciento, de apolíticos, quienes simplemente no tienen ninguna opinión o postura respecto a los partidos y que es muy probable se mantengan al margen de cualquier tema o asunto que tenga que ver con la política.

En México, el sentido de identificación partidista es una fuerte influencia en el voto, pero también en otras actitudes y opiniones políticas. Por ello, su estudio y entendimiento es una tarea obligada en un libro como éste, en el que se pretende explicar la conducta del votante. En este capítulo se documentan algunas de las formas en que el partidismo influye o se relaciona con las percepciones y opiniones que el individuo tiene acerca de la política y en cómo se comporta en esa arena. La escuela de Michigan, descrita en el capítulo anterior, concibe a la identificación partidista como uno de los factores de largo plazo más importantes en la conducta individual del elector.

Además de analizar esta dimensión micro de identificación política, en este capítulo también se documenta el cambio en la distribución agregada de partidismo, es decir, la evolución del macropartidismo en los últimos años. El conjunto de las mediciones relativas al fenómeno constituye uno de los retratos dinámicos más nítidos del sistema de partidos desde

finales de los ochenta. Al igual que los resultados de las elecciones, la medición del macropartidismo indica cuál es el balance de fuerzas políticas en el país, pero el registro continuo de éste, revela en periodos no electorales, permite además saber la naturaleza del apoyo estable con el que cuenta cada uno de los partidos políticos. Dado que las medidas del partidismo individual y del macropartidismo a un nivel agregado se derivan de las encuestas, esto hace posible saber cuál es el perfil del apoyo partidista estable. Esto es importante porque los partidos buscan tener un apoyo sostenido en el tiempo, y la identificación partidista es un excelente indicador acerca de la estabilidad o la volatilidad del sistema de partidos en México.

Como cabría esperar en una democracia nueva o emergente, el sistema mexicano de partidos ha cambiado rápidamente durante las dos últimas décadas. El desarrollo de los sentimientos partidarios de los mexicanos se ha dado a la par de la rápida evolución de la competencia política. De 1986 a 2007, las adhesiones al PRI se redujeron cíclica pero consistentemente, mientras que las adhesiones al PAN aumentaron en parte como resultado del acceso de ese partido al poder. Las orientaciones afines al PRD tienen componentes ideológicos importantes, pero también son altamente sensibles a los liderazgos. Además de estos factores políticos, las variaciones en el partidismo agregado en México se explican por la incorporación de los electores jóvenes a la arena político-electoral, así como por la conversión de los electores maduros, quienes han ajustado sus puntos de vista y actitudes a la nueva realidad política. A estos dos últimos fenómenos se les denominan como de *reemplazo* y de *conversión*, respectivamente.

Los registros del macropartidismo en México, los cuales se muestran más adelante, reflejan el paso de un sistema de partido hegemónico a un sistema multipartidista. En este último, los tres principales institutos partidos políticos han obtenido (solos o en alianza con otros menores) alrededor de 90 por ciento de los votos en las cinco elecciones legislativas que tuvieron lugar entre 1994 y 2006, y por lo menos 95 por ciento de los sufragios para presidente en 1994, 2000 y 2006. La tendencia general en la evolución del macropartidismo, como se describirá en este capítulo, es 1) un proceso de desalineación con el PRI evidenciado por el declive de las afiliaciones de los mexicanos a ese partido político; 2) un crecimiento de las afiliaciones al PAN, con puntos críticos de ascenso marcados por los triunfos electorales de 2000 y 2006, y 3) un aumento de las identificaciones con el PRD que parece responder a liderazgos como el de Cuauhtémoc Cárdenas en 1989 (año de la fundación del partido, tras su candidatura

presidencial del año anterior) y 1997 (cuando ganó la primera elección para jefe de Gobierno del Distrito Federal), o como el de Andrés Manuel López Obrador entre 2003 y 2006 (periodo que incluye la segunda mitad de su gobierno en el Distrito Federal, el proceso de desafuero al que estuvo sujeto y su candidatura presidencial).

Estas facetas del macropartidismo mexicano sugieren por lo menos tres mecanismos complementarios a los procesos de socialización y de remplazo generacional establecidos por el modelo de Michigan para explicar el desarrollo de las identificaciones partidarias. El primero es un proceso de desalineación por descomposición del sistema de partido único, como el priísta. El segundo es una extensión del primero y se refiere al acceso de un partido de oposición al poder. Dicho acceso expande ciertas posiciones ventajosas como el control administrativo, un acceso privilegiado a los medios de comunicación, un manejo preponderante de la agenda política y el control directo de *patronage* (Mair, Muller y Plasser, 2004: 7). Finalmente, la evolución del macropartidismo mexicano refleja también la sensibilidad al liderazgo político. Los líderes y las situaciones histórico-políticas particulares pueden efectivamente influir en los sentimientos partidarios. En Estados Unidos, por ejemplo, se ha observado que “el entusiasmo de corto plazo por un Lyndon Johnson, un desencanto demócrata por George McGovern y la angustia republicana con Watergate son claramente reflejadas en cambios abruptos” del partidismo estadounidense (Miller, 1991: 559). Como se apuntó en otro lado,

en México los eventos políticos y las figuras de liderazgo también pueden generar cambios de corto plazo en el balance partidario. [...] Esto sugiere que el liderazgo político tiene una influencia en los patrones de identidad política de los mexicanos. Sin embargo, fluctuaciones en el corto plazo difícilmente son señales de un proceso de desalineación o realineación sostenida (Moreno y Méndez, 2007: 54).

Pero, antes de profundizar más en esta discusión, es conveniente hacer un breve repaso del concepto que atañe a este capítulo.

CONCEPTO Y MEDICIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA

Pocos conceptos han sido tan centrales y tan comúnmente utilizados para entender las elecciones y los sistemas de partidos, en general, así como

las actitudes y el comportamiento político individual, en particular, como la identificación partidista. El sentido de adhesión psicológica de los individuos a algún partido político, y la intensidad con que sienten tal adhesión, son fuerzas que subyacen a su conducta real y potencial como electores. El paradigma social-psicológico que desarrollaron los investigadores de la Universidad de Michigan en los años cincuenta tenía como base las identificaciones con algún grupo, en especial con los partidos, como explicación fundamental del comportamiento político del votante (Campbell, Gurin y Miller, 1954).

En el clásico libro *El votante americano* (1960), los investigadores Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes, definieron a la identificación partidista como “la orientación afectiva del individuo hacia un grupo-objeto en su ambiente” (Campbell *et al.*, 1960/1980: 121), y sostenían que esta identificación o adhesión psicológica tiende a persistir en el tiempo y a explicar diversas actitudes de la persona y de su conducta política individual. Campbell y sus colegas argumentaron, con base en la evidencia disponible, que la identificación partidista era una actitud política muy estable y que, al igual que las identificaciones religiosas, muy probablemente se transmitía o adquiría en el ambiente familiar y social de los individuos. A la postre, esa identificación era tan arraigada que solía afectar otras actitudes y opiniones políticas del individuo, incluidas sus posturas en temas importantes o sus evaluaciones acerca de los candidatos presidenciales en una campaña. Así, el modelo de voto de Michigan combinó un rasgo individual como factor de largo plazo –la identificación partidista– con actitudes de corto plazo que reflejaban el contenido del año electoral.

La identificación partidista se concibió, pues, como un rasgo afectivo que le daba sentido y significado a otras áreas de las actitudes políticas y la conducta individual, así como a las características generales de un sistema político competitivo, como la distribución y el equilibrio de fuerzas de los partidos. Tras múltiples revisiones y críticas, el concepto de identificación partidista sigue siendo central en los estudios sobre el comportamiento individual hoy en día en Estados Unidos y en Europa (ver Miller, 1994; Miller y Shanks, 1996; Bartels, 2000; Thomassen, 2005). Tanto el fortalecimiento de los sentimientos partidarios, como su debilitamiento tan esperado por algunos académicos, tienen repercusiones importantes para los sistemas de partidos, en tanto que el declive de las lealtades partidarias obliga a éstos a emplear estrategias de adaptación o supervivencia ante los cambios que tienen lugar en los electorados. Por

ejemplo, la erosión de lealtades partidarias en Europa durante las dos últimas décadas del siglo XX ha visto como “uno de los retos más poderosos a los que se enfrentan los muchos partidos políticos que buscan apoyo en los mercados electorales contemporáneos” (Mair, Muller y Plasser, 2004: 1). En ese sentido, la identificación partidista ha cumplido la tarea fundamental de “proveer una explicación muy poderosa acerca de por qué una vasta mayoría de votantes votan a lo largo de su vida por el mismo partido con pocas variaciones” (Evans, 2004: 24).

Desde sus orígenes la identificación partidista se ha medido a partir de la autoclasificación de los encuestados. Dicha medición consiste, conceptual y empíricamente, en dos componentes centrales: la *dirección*, que se refiere hacia cuál de los partidos existentes apunta esa identificación, y la *intensidad*, entendida como el grado de identificación, es decir, qué tan fuerte o débil es el partidismo. La naturaleza bipartidista del sistema de Estados Unidos permitió elaborar una escala en la que la dirección y la intensidad se pudieron capturar en una sola dimensión. Para ello se empleó un conjunto de preguntas relacionadas entre sí de manera condicional. La pregunta “raíz”, como la denomina Warren Miller (1991), es la siguiente: “Por lo general, ¿usted se considera a sí mismo como demócrata, republicano, independiente o qué?” Si el encuestado contesta que se considera demócrata o republicano, entonces se le pregunta la intensidad, es decir, qué tan demócrata o republicano es, derivando en una escala de demócrata o republicano fuerte o débil. Si la persona no se considera ni demócrata ni republicano sino independiente, entonces se le pregunta si tiene alguna inclinación hacia alguno de esos partidos. Esta serie de preguntas ofrecía la posibilidad de construir una escala de siete puntos en las que las categorías de autoclasificación se ordenan desde el extremo demócrata fuerte, pasando por los demócratas débiles, los independientes con inclinaciones demócratas, los independientes puros, los independientes inclinados por los republicanos, los republicanos débiles y, finalmente, los republicanos fuertes en el extremo opuesto.

En las encuestas hay varias modalidades para medir este concepto de identificación política de largo plazo, no sólo en Estados Unidos, sino en otras democracias también. En Europa, por ejemplo, la pregunta se adaptó como la “cercanía” que el elector siente hacia cada uno de los partidos políticos. En ocasiones, la imposibilidad de plantear un sustantivo derivado del nombre del partido político (v.g. republicano, priísta, etcétera) dificultaba el uso de la pregunta original. Pero lo importante es que la modalidad

en la medición del partidismo no refleje una simpatía tan sólo temporal o de corto plazo, sino que precisamente registre un sentido de identificación personal de largo plazo. Por ejemplo, siguiendo la alusión que los autores de *El votante americano* plantearon al comparar el partidismo con la religión, un católico suele considerarse como tal durante un número importante de años y, en la mayoría de los casos, durante toda su vida, en especial si se trata de un católico convencido. Por supuesto, tal condición no es inmutable, aunque esperaríamos que sólo una profunda conversión causada por un evento o serie de eventos particulares afectara esa idea de uno mismo. En definitiva hay católicos en México que han dejado de profesar su religión y de considerarse como tales, y seguramente en esto la persuasión de los representantes de algún otro grupo religioso, o la decepción con la misma Iglesia, pudo desempeñar un papel importante.

Volviendo al plano de la política, la escala de identificación partidista se volvió un importante factor explicativo de las actitudes y de la conducta política individual. Además, su estrecha asociación con la escala ideológica que define posiciones liberales de un lado y conservadoras de otro, con posiciones moderadas entre ambas, permitió que en Estados Unidos hubiera por lo menos un par de mediciones robustas y consistentes que resultan cruciales para entender a los votantes y sus decisiones electorales. En el caso mexicano también hay una fuerte asociación entre partidismo e ideología (Moreno, 1999b), lo cual sugiere que puede haber un traslape de orientaciones psicológicas, afectivas y, en cierta medida, cognoscitivas entre los electores. Algunos trabajos han puesto en duda la existencia de ideología en México porque no han sido capaces de encontrar una debida articulación de conceptos ideológicos entre los electores mexicanos (Estrada y Parás, 2006), lo cual los ha llevado a la errónea conclusión de que la ideología no importa en el país. Dicha interpretación es reduccionista e incompleta. No sólo se ha comprobado por años que, aunque la gran mayoría de los votantes no articulan tan ideológicamente su pensamiento político como las elites (Converse, 1964), es cierto que la orientación ideológica no se compone únicamente de aspectos cognitivos, sino también contiene rasgos afectivos y de identificación, lo cual abre la posibilidad de que los partidos políticos desarrollen estrategias en torno a ellas (Downs, 1957). La evidencia recopilada en México en años recientes confirma que, por lo menos, una quinta parte del electorado piensa en términos ideológicos con un alto nivel de consistencia (Moreno, 2006c) y que, como veremos en el capítulo IV, la proporción de mexicanos que se ubica en una escala

ideológica de izquierda y derecha ha aumentado durante la última década y media (ver también Moreno, 2006d).

El concepto de identificación partidista ha sido uno de los más influyentes en la ciencia política, pero también ha generado una serie de críticas y revisionismos sobre su naturaleza y sus efectos. Quizás la más importante en su momento fue la crítica de Fiorina (1984), quien, con base en los estudios panel que realizaron los investigadores de la Universidad de Michigan en 1956-1958-1960 y en 1972-1974-1976, argumentó que la identificación partidista no es un rasgo inmutable, sino que está sujeto a cambios que reflejan las evaluaciones de los electores acerca del desempeño gubernamental. Dichas evaluaciones pueden ser de tipo retrospectivo, pues implican un juicio o una opinión sobre el desempeño que ha tenido el partido en el gobierno. En ese sentido, la identificación partidista presente de una persona podría estar en función de su identificación previa, pero también de las evaluaciones que se hacen del desempeño gubernamental. El revisionismo en torno a la estabilidad de la identificación partidista fue amplio (ver Jackson, 1975; Page y Jones, 1979; Markus y Converse, 1979; Franklin y Jackson, 1983) y se centró en la “posibilidad de que los eventos puedan alterar las autopercepciones partidarias” (Erikson, Mackuen y Stimson, 2004: 116-17). A pesar de la insatisfacción de algunos investigadores con el concepto (Nie, Verba y Petrocik 1979), la medición de la identificación partidista recibió pocas críticas. Una de las más importantes que se hizo sobre la escala de identificación partidista se centró en sus problemas de intransitividad (Petrocik, 1974, citado en Weisber, 1999). Al parecer, los electores independientes con inclinación partidista se mostraban, en ocasiones, más partidistas que los electores partidistas débiles. Otras revisiones simplemente exageraron la idea de ver a la identificación partidista, simplemente, como un atajo informativo de los electores (Popkin, 1991). En el capítulo v se muestra que este no es el caso en México, ya que los partidistas, de hecho, tienden a interesarse y a enterarse más de la política que los no partidistas.

La identificación partidista en México es un predictor importante de la participación y del interés en la política, del voto, de las opiniones acerca de los candidatos y de los políticos, de la aprobación del trabajo de los gobernantes, de la aceptación o rechazo de las propuestas de política pública o de legislación y, en general, de varias de las actitudes, opiniones, y formas de conducta política individual. Algunas encuestas realizadas en el contexto poselectoral de 2006 mostraron que las posturas de la opinión pública mexicana acerca de la elección, del reclamo de un recuento voto por voto, o de la

confianza en las instituciones electorales como el IFE y el Tribunal Electoral, no eran sino un fiel reflejo de las predisposiciones partidarias (Moreno, 2008). Dichos estudios arrojaron clara evidencia de que el electorado mexicano es fuertemente partidista, por una parte, y de que los políticos pueden movilizar apoyo precisamente apelando a dicho partidismo. Hay quienes han argumentado que si bien la discusión temática en México es claramente partidista entre las elites políticas, ésta carece de un arraigo de esa naturaleza entre los electores (Bruhn y Greene, 2007). Sin embargo, la evidencia recopilada durante varios años y, más recientemente, en torno a la elección presidencial de 2006, demuestra justamente lo contrario: el electorado mexicano es fuertemente partidista y, además, “los partidos mexicanos movilizan a la opinión pública de manera importante y los ciudadanos partidistas suelen responder efectivamente a tal movilización” (Moreno, 2008: 44).

LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA DEL VOTANTE MEXICANO

Con el advenimiento de los estudios electorales y de opinión pública basados en encuestas, el concepto de identificación partidista fue rápidamente incorporado a los análisis en México. En su fraseo original, las mediciones tempranas reflejaban la simpatía del entrevistado con algún partido, más que una identificación sociopolítica de largo plazo, como lo establece el concepto original. No obstante, poco a poco se ha ido estandarizando una medición que refleja una actitud de largo plazo, por medio de la pregunta “generalmente, ¿usted se considera panista, priísta o perredista?”

Como sería de esperarse, los electores identificados con los principales partidos políticos, el PAN, el PRI y el PRD, es más probable que voten por sus respectivos partidos y que perciban el mundo de la política bajo la lente de sus colores partidarios. Esto no es un accidente temporal, sino que el partidismo ha estado vinculado con el voto en una elección tras otra, incluidas las presidenciales de 2000 y 2006. Algunos análisis tempranos ya habían señalado el fuerte poder explicativo de los factores partidistas en la decisión de voto (Domínguez y McCann, 1995, 1996; Moreno y Yanner, 1995). En varias partes de este libro se confirma el importante papel que el partidismo desempeña en dicha decisión.

La identificación partidista, entendida no como una membresía formal con un partido, sino como una adhesión psicológica y afectiva éste, tiene un claro efecto en otras actitudes y opiniones políticas, así como en la

conducta política individual. El cuadro 2 ofrece algunos ejemplos referentes al interés de los votantes en las campañas, al momento en que toman su decisión de voto, a su participación electoral y a sus orientaciones ideológicas. Los datos presentados en este cuadro se derivan de las encuestas de salida realizadas a los votantes en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006.

Los votantes que son *muy* partidistas han mostrado niveles más altos de interés en las campañas electorales que el resto de los votantes, incluidos los que son *algo* partidistas, los independientes y los apolíticos. Por ejemplo, la proporción de votantes que manifestó tener mucho interés en las campañas electorales de 2000 y 2006 fue de 59 y 55 por ciento entre los por ciento partidistas duros, respectivamente; en contraste, dicha proporción varió entre 36 por ciento y 41 por ciento entre los partidistas blandos, y entre 36 y 39 por ciento entre los independientes y los apolíticos. En cada elección, la proporción que se dice muy interesada en las campañas ha sido entre 16 y 18 puntos porcentuales más alta entre los partidistas duros que entre el resto de los votantes. En general, el interés en las campañas suele ser mayor entre los votantes que se identifican fuertemente con un partido político. En particular, en la elección de 2000, los panistas duros eran los más interesados en el proceso electoral, mientras que en 2006 los perredistas duros fueron los más interesados. Es posible que esta variación en el interés político electoral esté ligada al factor de liderazgo: al parecer, la candidatura de Vicente Fox activó mas claramente la expectativa de los panistas duros en 2000 mientras que López Obrador despertó más el interés de los perredistas duros en 2006. En ambos casos los priistas blandos han sido los menos interesados en el proceso electoral, ya que han registrado niveles de interés en las campañas incluso menores que los de los votantes independientes y de los apolíticos.

A pesar de que suelen manifestar un mayor interés en las campañas electorales, los partidistas duros parecen tomar su decisión de voto con anticipación a dichos sucesos políticos. En otras palabras, los votantes partidistas duros suelen interesarse más en los procesos electorales, pero la mayoría de ellos suelen llegar a una campaña electoral con una decisión de voto tomada previamente o definida en las etapas tempranas de dichos procesos. Como muestran los datos en el cuadro 2, la proporción de votantes muy partidistas que tomaron su decisión de voto antes de los últimos tres meses de campaña fue de 79 y 73 por ciento en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, respectivamente. En contraste, 61 y 51 por cien-

to de los votantes partidistas blandos dijo haber tomado su decisión de voto previamente a los últimos tres meses de campañas. Entre los independientes y los apolíticos, la proporción de votantes que dijo tomar una decisión antes de los últimos tres meses de campañas varía entre 47 y 56 por ciento, lo cual sugiere que alrededor de la mitad de ellos suele tomar su decisión de voto cuando las campañas ya están avanzadas.

Cuadro 2
Identificación partidista, participación y actitudes políticas, 2000 y 2006

	<i>Interés en campañas^a</i>		<i>Decisión previa^b</i>		<i>Participación pasada^c</i>		<i>Tiene postura ideológica^d</i>	
	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %
Muy partidista	59	55	79	73	72	70	71	81
Algo partidista	41	36	61	51	55	54	68	80
Independiente	39	38	52	47	45	42	52	59
Apolítico	38	36	56	51	36	22	32	46
Muy panista	70	55	76	70	70	70	72	79
Algo panista	47	37	61	48	55	57	68	77
Muy priísta	53	51	80	70	74	73	70	79
Algo priísta	34	31	59	47	57	56	65	77
Muy perredista	55	60	79	80	67	66	74	87
Algo perredista	44	41	62	58	53	50	74	86

^aPorcentaje que dijo haber seguido las campañas presidenciales con “mucho” interés.

^bPorcentaje que manifestó haber decidido su voto más de tres meses antes de la elección.

^cPorcentaje que dijo haber votado en la elección para legisladores inmediatamente previa (1997 para el caso de 2000, y 2003 para el de 2006).

^dPorcentaje que tomó una postura ideológica en una escala de izquierda-derecha (el porcentaje remanente dijo no saber en qué punto de la escala ubicarse o no contestó).

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) el día de la elección presidencial de 2000 (n=3,377) y 2006 (n=5,815).

La relación entre el momento en que el votante toma su decisión de voto y su grado de partidismo puede describirse de la siguiente manera: entre más intenso es el partidismo, la decisión de voto se toma con mayor anticipación. En la elección de 2000, mientras que uno de cada 10 votantes muy partidistas (11 por ciento) tomó su decisión de voto en el último mes de campañas y hasta el día de la elección, esa proporción fue de uno de cada cuatro entre los votantes algo partidistas (24 por ciento) y de casi uno de cada tres (28 por ciento) entre los votantes independientes. En la elección

de 2006, las proporciones para esas mismas categorías de votantes fueron las siguientes, en ese mismo orden: entre los muy partidistas 16 por ciento, entre los algo partidistas 32 por ciento y entre los independientes 36 por ciento. Los apolíticos que tomaron su decisión de voto durante el último mes de campañas representaron 24 y 33 por ciento en 2000 y 2006, respectivamente.

Así pues, el partidismo está ligado al interés en las campañas políticas y a la anticipación con la que se toma una decisión electoral. Además, como puede apreciarse en el cuadro 2, el partidismo también está estrechamente relacionado con la participación electoral. Entre mayor es la intensidad de la identificación partidista de los votantes, más alta es la participación electoral, de acuerdo con lo manifestado por los entrevistados con relación a elecciones previas. Los entrevistados en una encuesta de salida de hecho son votantes, por lo que los datos del cuadro 2 muestran el porcentaje de esos votantes que también dijeron haber sufragado en la elección federal previa. Como indican los datos, por lo menos 70 por ciento de los votantes muy partidistas que participaron en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 dice haber ido a emitir su sufragio en la elección legislativa anterior (1997 y 2003, respectivamente). Dicha proporción se reduce a 54 por ciento entre los votantes algo partidistas, a poco más de 40 por ciento entre los independientes y a menos de 40 por ciento entre los apolíticos (incluso se registró 22 por ciento de ellos que dijo en 2006 haber votado también en la elección federal de 2003). Estos datos evidencian que el partidismo es una variable fundamental para entender la participación electoral en México, tema al cual volveremos en el capítulo VIII. Por lo pronto, hay que señalar que, dado que el partidismo está, hasta cierto punto, relacionado con la edad de los votantes (los partidistas fuertes tienden a ser más maduros y los no partidistas más jóvenes), su efecto en la participación electoral en elecciones previas debe tomarse en consideración. Aun así, la relación entre partidismo y participación electoral es directa: los partidistas votan más que los no partidistas.

Finalmente, la evidencia mostrada en el cuadro 2 también indica que la intensidad de la identificación partidista está estrechamente relacionada con las posturas ideológicas de los votantes. Según los datos de las encuestas de salida de 2000 y 2006, los votantes partidistas suelen ubicarse en una escala ideológica de izquierda-derecha en mayor proporción que los votantes no partidistas. En la elección de 2000, 71 por ciento de los votantes muy partidistas tomó alguna postura en la escala ideológica, mientras que una proporción similar de 68 por ciento de partidistas blandos también lo hizo. Entre los

independientes y los apolíticos, el porcentaje que tomó alguna postura ideológica de izquierda-derecha fue de 52 y 32 por ciento, respectivamente. En 2006, el grado de ideologización de los votantes mexicanos se incrementó, ya que los partidistas duros y blandos que tomaron alguna postura ideológica aumentó a 81 y 80 por ciento, respectivamente. Entre los independientes, el porcentaje de votantes que se ubicó en algún punto de la escala izquierda-derecha también creció con respecto a 2000, a 59 por ciento. Sin embargo, los apolíticos también registraron un aumento en la proporción que se ubicó en la escala ideológica, al subir ésta a 46 por ciento. Así pues, los datos en el cuadro 2 no sólo son un claro indicador de que el partidismo y la ideología están vinculados, en el sentido de que los votantes partidistas son más ideológicos que los no partidistas, sino también que el grado de ideologización del electorado mexicano aumentó de 2000 a 2006. Tanto este como otros temas relacionados con la ideología serán tratados en el capítulo IV.

En resumen, el cuadro 2 provee evidencia recopilada en dos elecciones presidenciales de que: 1) la intensidad de la identificación partidista está directamente relacionada con el interés que muestran los votantes en las campañas electorales; 2) los partidistas duros suelen tomar su decisión de voto con mayor anticipación que el resto de los votantes, pero incluso alrededor de la mitad de los no partidistas suele definir su voto previamente a los últimos tres meses de campañas; 3) los partidistas suelen votar más que los no partidistas, y 4) los votantes partidistas suelen ser más ideológicos que los no partidistas.

Enfoquemos ahora nuestro interés en la influencia que la identificación partidista tiene en las opiniones políticas, tales como las percepciones que los votantes tienen acerca de los candidatos presidenciales o la evaluación que éstos hacen con respecto al Presidente en turno. El cuadro 3 despliega una serie de datos a este respecto. La regularidad observada es que los candidatos presidenciales suelen ser evaluados mucho más favorablemente por los seguidores de su propio partido político que por los de otros partidos. Tanto Vicente Fox como Felipe Calderón contaron con más de 80 por ciento de opiniones favorables entre los votantes algo panistas y con alrededor de 90 por ciento entre los muy panistas. Sin embargo, Fox contó con apenas de 23 a 32 por ciento de opiniones positivas entre los priistas y los perredistas en el 2000, mientras que Calderón llegó a tener tan sólo 22 por ciento de opiniones favorables entre los votantes muy perredistas y 45 por ciento entre los algo priistas, categorías que definen los puntos extremos de aceptación alta y baja entre los seguidores partidarios.

Cuadro 3
Identificación partidista y evaluaciones políticas, 2000 y 2006

	Opinión favorable acerca del candidato del PAN		Opinión favorable acerca del candidato del PRI		Opinión favorable acerca del candidato del PRD		Aprueba el trabajo del Presidente de la República	
	Fox 2000 %	Calderón 2006 %	Labastida 2000 %	Madrazo 2006 %	Cárdenas 2000 %	López Obrador 2006 %	Zedillo 2000 %	Fox 2006 %
Muy panista	91	89	15	24	26	18	48	93
Algo panista	84	82	25	28	28	25	59	91
Muy priista	23	34	84	75	20	30	89	48
Algo priista	30	45	77	61	23	34	87	61
Muy perredista	23	22	14	15	80	89	39	39
Algo perredista	32	30	19	19	69	87	51	50
Independiente	54	50	34	29	37	50	60	65

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas el día de la elección presidencial de 2000 (n=3,377) y 2006 (n=5,815).

Esta lógica por lo general se observa con relación a los candidatos presidenciales del PRI y del PRD en ambas elecciones presidenciales. Los priístas son quienes manifestaban en mayor proporción opiniones favorables acerca de los candidatos del PRI a la presidencia –aunque ciertamente las opiniones favorables de los priístas hacia Roberto Madrazo se redujeron en 2006, con respecto a lo que había registrado Francisco Labastida seis años antes. Sin embargo, los candidatos del PRI también son los que han generado más animadversión de parte de los seguidores de otros partidos, así como de los independientes. Por ejemplo, el candidato priísta, Francisco Labastida, llegó a tener solamente 15 por ciento de opiniones favorables entre los panistas duros en 2000 y 14 por ciento entre los perredistas duros ese mismo año, mientras que Roberto Madrazo contó con una proporción muy similar entre los perredistas duros en 2006. En el caso de los candidatos presidenciales del PRD, los votantes perredistas les han evaluado favorablemente en ambas elecciones, aunque López Obrador obtuvo mejores opiniones en 2006 que Cárdenas en 2000 entre los seguidores del partido del sol azteca. No obstante, el tabasqueño obtuvo un mayor rechazo por parte de los panistas duros que Cárdenas en la elección previa, señal de que su candidatura fue más polarizante: López Obrador contó con más apoyo entre los seguidores de su partido, y con un mayor rechazo entre los seguidores del partido de su principal oponente.

Finalmente, los datos en el cuadro 3 también demuestran que la identificación partidista es una fuerte influencia en las opiniones que los votantes tienen del presidente en turno. En 2000, el presidente Ernesto Zedillo contaba con 89 y 87 por ciento por ciento de aprobación de su trabajo entre los votantes priístas duros y blandos, respectivamente, mientras que sus índices de aprobación eran significativamente menores entre los seguidores de otros partidos políticos. Por ejemplo, entre los panistas fuertes y débiles, los porcentajes de aprobación a Zedillo el día de la elección presidencial de 2000 eran de 48 y 59 por ciento, respectivamente, mientras que entre los perredistas fuertes y débiles se registró 39 y 51 por ciento, también respectivamente. En la elección de 2006, el porcentaje de aprobación al trabajo de Vicente Fox era de 93 y 91 por ciento entre los panistas duros y los panistas blandos, respectivamente, pero se reducía a 48 y 61 por ciento entre los priístas, también duros y blandos, respectivamente, y a 39 y 50 por ciento entre los perredistas en ese mismo orden de intensidad. Entre los votantes independientes, el porcentaje de aprobación de Fox era

ligeramente mayor al que tuvo Zedillo: 65 por ciento del panista frente a 60 por ciento del priísta seis años antes.

La asociación entre el partidismo y otras opiniones políticas, como la aprobación presidencial, en México no es un fenómeno que comenzó a observarse a partir de 2000, sino que puede apreciarse en cualquier encuesta que tenga una medición confiable de orientación partidaria desde mucho antes. En 1986, por ejemplo, la encuesta realizada en México para el periódico *The New York Times* mostraba que 53 por ciento de los mexicanos entrevistados decía aprobar la forma en que Miguel de la Madrid estaba haciendo su trabajo como Presidente. Entre los priístas, el nivel de aprobación era de 68 por ciento, mientras que entre los panistas era de 42 por ciento. En 1989, una encuesta realizada para el diario *Los Angeles Times* indicaba que la popularidad del entonces presidente Carlos Salinas, entendida en este caso como el porcentaje de opiniones buenas o muy buenas, era de 80 por ciento. Entre los priístas fuertes y débiles, la proporción de aprobación presidencial alcanzaba a ser de 98 y 91 por ciento, respectivamente. La popularidad de Salinas era significativamente alta, aunque menor, entre los panistas (83 y 86 por ciento entre los muy panistas y los algo panistas, respectivamente). Entre los perredistas duros y blandos, la popularidad de Salinas era de 46 y 64 por ciento, también respectivamente. Por lo visto, cada Presidente ha disfrutado de una mayor proporción de apoyo entre los partidarios de su propio partido político.

En resumen, el cuadro 3 muestra una serie de datos basados en las respuestas de los votantes en dos elecciones presidenciales: 1) la identificación partidista es una clara influencia en las opiniones que los votantes tienen acerca de los candidatos presidenciales; 2) quienes se identifican con un partido político suelen expresar opiniones más favorables hacia el candidato presidencial de su propio partido que hacia los candidatos de otros partidos, y 3) los votantes partidistas suelen expresar mayores niveles de aprobación al trabajo del Presidente de la República en turno si éste pertenece a su propio partido que si militan en uno diferente. Todo esto quiere decir que las opiniones acerca de los candidatos presidenciales o del Presidente suelen llevar una fuerte carga afectiva derivada del partidismo de los votantes.

Si bien la identificación partidista influye en varias de las opiniones, actitudes e incluso el comportamiento de los electores, su contribución más valiosa e importante es la que juega en la definición del voto. El partidismo es simple y sencillamente el factor singular más importante para entender por qué la mayoría de los mexicanos votan de la forma en que lo

hacen. El cuadro 4 ofrece una serie de datos acerca de cómo sufragan los partidistas y los no partidistas en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Lo más notable es que quienes se identifican con un partido político suelen votar desproporcionadamente a favor del candidato presidencial de dicho partido, con los partidistas duros siendo aún más probables que los partidistas blandos de hacerlo así.

Cuadro 4
Identificación partidista y voto en 2000 y 2006
(Porcentaje de los partidistas, independientes y apolíticos que votaron por cada uno de los principales candidatos presidenciales)

	2000			2006		
	Fox PAN ^a %	Labastida PRI %	Cárdenas PRD ^b %	Calderón PAN %	Madrazo PRI ^c %	López Obrador PRD ^d %
Muy panista	96	1	2	94	3	3
Algo panista	93	5	2	86	5	7
Muy priísta	8	91	1	7	85	8
Algo priísta	10	86	2	18	61	17
Muy perredista	10	1	87	2	2	95
Algo perredista	11	6	79	3	3	91
Independiente	53	20	20	35	10	45
Apolítico	47	32	18	33	36	26

^aAlianza por el Cambio: PAN, PVEM.

^bAlianza por México: PRD, PT, PAS, Convergencia, PSN.

^cAlianza por México: PRI, PVEM.

^dCoalición por el Bien de Todos: PRD, PT, Convergencia.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas el día de la elección presidencial de 2000 (n=3,377) y 2006 (n=5,815).

En la elección de 2000, más de 90 por ciento de los votantes panistas sufragaron por el candidato del PAN, entre 86 y 91 por ciento de los priístas votaron por el candidato del PRI, y entre 79 y 87 por ciento de los perredistas apoyaron con su voto al candidato del PRD. Por su parte, en 2006, entre 86 y 94 por ciento de los panistas votaron por el candidato de su partido, así como también lo hicieron entre 85 y 61 por ciento de los priístas, y entre 95 y 91 por ciento por ciento de los perredistas. Si bien la relación entre la identificación partidista y el voto no es perfecta, en el sentido de que siempre hay una proporción de partidistas que no votan por el candidato de su partido, sí es claro que la influencia de la primera

en el segundo es muy fuerte. En el capítulo VIII se detallará aún más el poder explicativo del partidismo en cómo vota la gente en México.

La regularidad es que los votantes que se identifican con un partido político –y en especial los que son muy partidistas– son la fuente de apoyo más fuerte para el candidato presidencial de ese partido político. Además de confirmar esto, la evidencia mostrada en el cuadro 4 también revela ciertas particularidades de este fenómeno observado en los comicios presidenciales de 2000 y 2006. Una de ellas es que la correspondencia más fuerte entre partidismo y voto se observó entre los panistas en 2000, en apoyo a la candidatura de Vicente Fox, y entre los perredistas en 2006, en apoyo a López Obrador. En ambos casos, el apoyo de los partidistas a su candidato fue casi unánime, representando más de 90 por ciento en cada caso. En contraste, las candidaturas que menos atrajeron el voto partidista fueron las del perredista Cuauhtémoc Cárdenas en 2000 y del priísta Roberto Madrazo en 2006. Curiosamente, en ambos casos esos candidatos obtuvieron el tercer lugar en las preferencias electorales, lo cual denota que el voto partidista suele ser menor cuando se trata de un candidato rezagado en las preferencias que cuando se trata de candidatos punteros y con mayores probabilidades de ganar una elección. Como se describió en el capítulo I, en donde se revisaron las perspectivas teóricas del voto, esto puede ser evidencia de un comportamiento racional del elector. En México, una proporción determinada de partidistas que perciben pocas posibilidades de que su candidato gane la elección pudieran estar optando, efectivamente, por una segunda opción con más probabilidades de triunfo (el llamado voto estratégico). De ser este el caso, el abandono que Cárdenas sufrió por parte de varios votantes perredistas en 2000 claramente benefició a Vicente Fox, quien atrajo a los perredistas “desertores” en razón de ocho a uno sobre Labastida entre los perredistas duros, y de cinco a uno entre los perredistas blandos, según las encuestas de salida.

Las múltiples interpretaciones que se hicieron de la elección de 2000 denominaron a éste como el “voto útil”. Aunque ese llamado voto útil existió, los cálculos derivados de la encuesta de salida de 2000 indican que la proporción de perredistas que dieron su voto a Fox representó el 4.3 por ciento de la votación total válida emitida ese año, por lo que resulta difícil aceptar el argumento de que el voto útil haya definido la elección a favor del candidato del PAN. La diferencia entre Fox y Labastida en el resultado de la votación fue de casi siete puntos porcentuales, lejos de la proporción que significó el voto útil extraído del PRD. En 2006 la deserción de priístas

a la candidatura de Madrazo no inclinó la balanza hacia ninguno de los otros dos contendientes principales, ya que los priístas no madracistas se distribuyeron entre los dos candidatos punteros en igual proporción. Del total de los priístas duros que salió a sufragar el 2 de julio de 2006, 7 por ciento votó por Calderón y 8 por ciento por López Obrador, mientras que del total de los priístas blandos el 18 por ciento votó por el candidato panista y el 17 por ciento por el perredista. Estas dos últimas proporciones combinadas representan el mayor nivel de deserción de partidistas que se haya registrado en ambas elecciones presidenciales entre cualquier subgrupo de votantes partidarios: casi 4 de cada 10 priístas blandos decidieron no votar por el candidato del PRI, Roberto Madrazo Pintado.

El comportamiento electoral de los votantes independientes también muestra algunas particularidades de interés que fueron registradas en las elecciones de 2000 y 2006. En el primer año, ese segmento de votantes expresó un apoyo mayoritario (53 por ciento) a la candidatura del panista Vicente Fox, mientras que 39 por ciento se dividió de manera idéntica entre Labastida, del PRI (20 por ciento) y Cárdenas, del PRD (20 por ciento). Según los datos mostrados en el cuadro 4, en 2006, 80 por ciento de los votantes independientes concentró su voto solamente en dos candidatos, López Obrador y Felipe Calderón. López Obrador atrajo a 45 por ciento de los independientes, 25 puntos por arriba del apoyo que el candidato del PRD recibió seis años antes, mientras que Felipe Calderón contó con 35 por ciento del voto independiente, 18 puntos menos que Fox en el 2000. En 2006, el apoyo independiente al candidato del PRI disminuyó a 10 por ciento (de 20 por ciento que había registrado en la elección anterior). Preguntas como qué hace que los independientes apoyen una candidatura presidencial más que a otra, o cuál es el perfil sociodemográfico de los independientes, se abordarán en capítulos posteriores; pero vale la pena enfatizar, por el momento, que éste representa un segmento importante del electorado (y de los votantes *de facto*) que suele ser más influenciado por los eventos de una campaña electoral, por lo que comprender sus decisiones requiere revisar las formas como reciben, procesan y utilizan la información política, asuntos que se tratarán en los capítulos VI y VII.

Para entender al votante mexicano es importante comprender la naturaleza del partidismo (así como la ausencia del mismo) de los electores. Como se ha visto en este capítulo, la identificación partidista es un factor que está estrechamente ligado con el voto para Presidente, por lo que sirve como un indicador del apoyo estable con el que cuenta cada uno de los tres

principales partidos políticos, en particular, así como de la estabilidad del sistema mexicano de partidos, para hablar más generalmente. Sin embargo, la proporción de votantes independientes en 2006 fue mayor que en 2000, aumentando de 24 a 30 por ciento de un año a otro. Esto contribuyó a cambios importantes en el equilibrio de fuerzas políticas en el país, en particular al declive paulatino del voto leal priísta, así como a la mayor volatilidad electoral en la elección presidencial de 2006. El aumento de los independientes está precisamente ligado a la erosión de identificaciones con el PRI, por lo que es un reflejo de la desaparición del sistema de partido único. La proporción de partidistas duros en las urnas bajó de 40 a 32 por ciento de 2000 a 2006, según las encuestas de salida realizadas en esas elecciones, y gran parte de esa disminución se debió a la pérdida de seguidores del PRI: la proporción de priístas duros sufrió una caída de 20 a 12 por ciento entre una elección y otra, mientras que la de panistas duros cambió ligeramente de 14 a 12 por ciento y la de perredistas duros subió de 6 a 8 por ciento (ver los datos en el cuadro 5).

Cuadro 5
Distribución de la identificación partidista
en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006

	Votantes ^a		Electorado general ^b	
	2000 %	2006 %	2000 %	2006 %
Muy partidista	40	32	26	25
Algo partidista	32	32	37	35
Independiente	24	31	31	37
Apolítico	3	5	4	4
<i>Total de priístas</i>	32	21	34	23
Duros ("muy priísta")	20	12	16	11
Blandos ("algo priísta")	13	9	18	12
<i>Total de panistas</i>	26	25	21	22
Duros ("muy panista")	14	12	7	8
Blandos ("algo panista")	13	14	14	13
<i>Total de perredistas</i>	12	18	9	15
Duros ("muy perredista")	6	8	3	6
Blandos ("algo perredista")	6	9	6	9
Número de entrevistas	3,377	5,815	9,641	15,831

Fuentes: ^a *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. ^b *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales realizadas en vivienda a adultos con credencial para votar vigente, durante el periodo de campañas políticas, enero a junio de 2000 y 2006.

A pesar de que se registró una disminución de los votantes partidistas en las urnas –y por ende un aumento de los independientes–, la evidencia derivada de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 no es suficiente para afirmar que se trata de una desalineación generalizada. Más que eso, la evidencia nos permite simplemente sostener que el declive de priístas en 2006 no logró recompensar el balance de partidismo con un aumento en las identificaciones con los otros dos partidos principales. En otras palabras, el declive de las lealtades priístas ha sucedido más rápidamente que la adopción de otras identificaciones partidarias. A este punto volveremos en la siguiente sección de este mismo capítulo. Para hablar de desalineación habrá que esperar más tiempo. Por lo pronto, en un sistema de partidos emergente como el mexicano, el desarrollo de las lealtades partidistas es más probable si los partidos se institucionalizan, mientras que, por el contrario, el declive de las lealtades partidarias es más probable si los partidos políticos ceden centralidad a los liderazgos y figuras carismáticas. Si bien en México éstas han servido para atraer seguidores a los partidos en tiempos electorales críticos, la preeminencia del líder político sobre el partido bien pudiera erosionar la identificación partidaria en el futuro. El desarrollo del partidismo implica institucionalización, más que personalización, del sistema de partidos.

El hecho de que la elección de 2006 haya sido menos partidista que la anterior tuvo algunos efectos importantes y claramente interrelacionados: primero, el efecto del partidismo en el voto fue ligeramente menor en 2006 que en 2000; segundo, en 2006 hubo una mayor proporción de voto cruzado –(cuando un partidista vota por el candidato presidencial de un partido diferente al suyo), y tercero, en 2006 se registró una mayor proporción de voto dividido (cuando un partidista divide su voto sufragando por su partido para un cargo, por ejemplo, para Presidente, y por otro partido distinto para otro cargo, por ejemplo, para diputado federal). Según los cálculos realizados a partir de las encuestas de salida, la proporción de voto cruzado entre el total de los partidistas que votaron en 2000 y 2006 aumentó de 7 a 10 por ciento de los comicios totales, respectivamente (lo cual constituye un aumento de 42 por ciento), mientras que la proporción de voto dividido creció aún más bruscamente, de 13 a 19 por ciento (es decir, un aumento de 46 por ciento) (ver Moreno y Méndez, 2007). Además, la composición de los partidistas también experimentó transformaciones importantes que ayudan a entender la nueva naturaleza de las coaliciones de electores en México (Moreno y Méndez, 2007), aunque ese tema se trata en los capítulos III y IV.

En resumen, el cuadro 4 arroja evidencia de: 1) la fuerte influencia que tiene la identificación partidista en el voto, y 2) que esa influencia fue ligeramente menor en 2006, lo cual puede ser el producto de un rápido declive de las lealtades priístas que no se han recompensado con un aumento de igual magnitud en las lealtades a otros partidos políticos. Más que dar evidencia de un proceso de desalineación partidaria generalizado, esto refleja que de 2000 a 2006 el electorado mexicano experimentó un proceso de transformación no sólo en el balance de partidismo agregado, sino también en la composición de los grupos partidistas del PAN, PRI y PRD. En combinación, ambos aspectos apuntan a un proceso de realineación partidaria en el país. La siguiente sección de este capítulo se dedica a revisar el cambio en el balance del partidismo agregado en los últimos años, mientras que el capítulo siguiente se enfoca a la transformación en la composición social e ideológica del partidismo mexicano.

LA DISTRIBUCIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA EN MÉXICO

Como se mencionó anteriormente, las mediciones de la identificación partidista a finales de los años ochenta y principios de los noventa siguieron un formato de simpatía, en los que se preguntaba a la gente si simpatizaba con algún partido, con cuál y –aunque no en todos los casos– cuánto simpatizaba con ese partido. Estas mediciones de simpatía partidaria se encuentran en las encuestas realizadas por Prospectiva Estratégica-*Los Angeles Times* (PEAC-LATimes) en 1989 y 1991, en la encuesta preelectoral del Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) de 1991, y en las encuestas preelectorales de 1994 realizadas por separado por MORI de México y por la compañía estadounidense *Belden y Russonello*. La encuesta realizada para el diario *The New York Times* en 1986 utilizó la modalidad de pregunta “¿cuál partido prefiere?”, lo cual la hace casi indistinguible de la intención de voto. En esa encuesta, al igual que en la de MORI de 1994, no se midió la intensidad de partidismo, sino sólo la dirección. El resto de los estudios utilizados en este libro sí tienen una desagregación por intensidad para cada uno de los tres principales partidos políticos. Una encuesta poselectoral diseñada por politólogos del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) en 1997 rescataba el formato de simpatías partidarias con su respectiva intensidad.

Hacia finales de los años noventa se dio un giro conceptual a la forma de preguntar la identificación partidista en México y de la cual se tiene un

registro mucho más sistemático en los últimos años. El concepto de simpatía, que parecía sensible a reflejar un estado de ánimo temporal, más que una identidad sociopolítica duradera, fue reformulado, tratando de medir precisamente la persistencia de tal identidad. A propósito de la elección interna del PRI en noviembre de 1999, una elección en la que nueve de cada 10 votantes eran seguidores de ese partido, los cuestionarios diseñados por el Departamento de Investigación por Encuestas del periódico *Reforma* comenzaron a emplear la siguiente pregunta: "Generalmente, ¿usted se considera priísta, panista o perredista?" Si el encuestado sí se consideraba como partidista de alguno de esos tres partidos principales, por ejemplo el PAN, entonces se les preguntaba lo siguiente: "¿Se considera usted muy o algo panista?" Quienes no se situaban en alguno de esos tres tipos de partidismo, tenían la opción de mencionar otro partido político, o de decir que no se consideraban partidarios de ningún instituto político (a quienes suele llamarse "independientes"). Los entrevistados que responden "no sabe" a estas preguntas de partidismo son clasificados, acorde al planteamiento original de Michigan, como "apolíticos". El propósito de este cambio en el fraseo de la pregunta sobre partidismo fue vincular la medición de la identificación partidista en México al concepto original de la escuela de Michigan, como una orientación afectiva o de identificación con un partido político de una manera persistente o de largo plazo, y no sólo como un reflejo del estado de ánimo o la simpatía pasajera del votante.

Las distintas mediciones provenientes de diversas casas encuestadoras durante casi dos décadas en México han dejado un importante registro de cómo se ha distribuido y evolucionado la identificación partidista en el país. El cuadro 6 muestra dicha distribución entre 1989 y 2007. Para ese periodo de 18 años, las identificaciones con el PRI promediaron en total 29 por ciento (13 por ciento de muy priístas y 16 por ciento de algo priístas). Sin embargo, y como se ha mencionado en este capítulo, la tendencia en las identificaciones con el PRI ha ido en declive. La encuesta de 1989, que sirve como punto de partida para la serie, mostraba 17 por ciento de electores muy priístas –también llamados priístas duros– y 15 por ciento de algo priístas –o priístas blandos, para un total de 32 por ciento, superior al promedio del periodo. En 1994, tras una recuperación que se vio reflejada en las urnas, el priísmo representaba alrededor de la mitad (48 por ciento) de las orientaciones del electorado total y 68 por ciento de las adhesiones partidarias. Sin embargo, el sentido de identificación con el PRI fue disminuyendo, y en 2007 promedió alrededor de una quinta parte del electorado

total (20 por ciento), lo cual representó 31 por ciento de las identificaciones partidarias en el país. Esto significa que el PAN y el PRD compartían en ese mismo año el 69 por ciento restante.

El declive del priísmo ha sido cíclico, mostrando algunos rebotes importantes, como el de 1991, a la mitad del sexenio de Carlos Salinas; otro entre 1998 y 1999, en especial por el impulso que significó el proceso de elección interna del PRI para seleccionar a su candidato presidencial, y uno más en 2002, reflejando una clara disminución en la popularidad del presidente Fox luego de su primer año de gobierno. Sin embargo, la recuperación priísta en cada caso no ha podido compensar el deterioro que han sufrido las identificaciones con ese partido. Las pérdidas más notables de seguidores parecen ligadas por lo menos a tres fenómenos:

Primero, el envejecimiento del núcleo de partidistas afines al PRI y el bajo nivel de reclutamiento entre electores jóvenes significó que el remplazo generacional en el electorado mexicano fuese un factor de debilitamiento del PRI en el periodo observado. Los patrones de envejecimiento y remplazo generacional se discutirán un poco más adelante.

Segundo, la crisis económica originada a finales de 1994 y principios de 1995 pudo ser también un factor de erosión importante en las lealtades al PRI, lo cual pudiera reflejar el efecto del desempeño económico en las identificaciones políticas. La encuesta realizada en junio de 1994, previa a la elección presidencial que llevó a Ernesto Zedillo a Los Pinos, indicaba un nivel de priísmo de 48 por ciento en escala nacional. Sin embargo, la siguiente encuesta comparable, realizada en 1996, registró una significativa disminución del priísmo a 31 por ciento (lo cual significó una pérdida de 46 por ciento de los seguidores con respecto a 1994, representando la caída más severa de todo el periodo observado y muy probablemente explicada por la crisis económica de 1995). Es posible que ese nivel, sin embargo, haya sido más alto en las mediciones de lo que realmente era, ya que es el único caso en donde el nivel de partidismo con el PRI —o con cualquier otro partido político— medido con encuestas en un periodo electoral resulta mayor que el nivel de votación obtenido por el partido en la elección. La regularidad empírica en México es que el nivel de identificación agregada con un partido suele ser menor que el nivel de votación obtenida por el candidato presidencial de ese partido. El caso de las encuestas en 1994 puede haber sido una excepción que requiere de mayor estudio.

Tercero, los resultados desfavorables en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 no solamente sirvieron para debilitar las lealtades al otrora

Cuadro 6
Distribución de la identificación partidista en México, 1989-2007

Año	Mes	Muy priista %	Algo priista %	Muy panista %	Algo panista %	Muy perredista %	Algo perredista %	Independiente (ninguno) %	Apolítico (no sabe) %	N
1989		17	15	5	8	7	9	29	6	1,496
1991	Septiembre	24	24	6	6	3	4	24	6	1,547
1994	Junio	16	32	4	12	2	5	19	6	1,526
1996	Agosto	14	17	7	14	2	5	30	7	1,500
1997	Agosto	14	16	10	12	9	13	18	5	1,242
1998	Noviembre	16	20	5	12	6	11	21	5	1,198
1999	Febrero	15	21	6	15	3	9	25	3	1,191
	Mayo	14	22	5	14	5	9	24	5	1,519
	Agosto	22	22	7	11	5	9	19	--	1,490
	Octubre	17	16	5	8	3	4	41	3	2,531
	Noviembre	18	23	4	13	2	4	28	7	1,543
2000	Enero	16	19	7	15	3	5	28	6	1,544
	Febrero	17	18	7	15	3	5	30	4	1,510
	Marzo	17	19	6	14	3	6	29	5	1,533
	Abril	16	18	7	14	3	5	33	3	1,647
	Mayo (12-14)	17	18	6	14	4	6	30	4	1,547
	Mayo (27-28)	16	17	7	15	3	7	29	5	1,543
	Junio	13	16	7	13	3	6	37	4	1,545
	Agosto	12	17	8	18	2	6	33	3	1,195
	Noviembre	13	13	11	19	3	4	32	4	1,543
2001	Enero	10	10	11	24	3	6	32	3	1,195
	Abril	10	11	8	24	2	7	34	3	1,195
	Julio	9	13	8	23	3	6	34	3	1,196
	Noviembre	12	13	11	16	3	7	33	4	1,200
2002	Febrero	10	16	6	13	3	7	40	4	1,499
	Mayo	12	16	9	18	2	6	33	3	1,195

2003	Agosto	13	17	7	18	2	7	30	5	1,500
	Noviembre	9	15	8	19	2	9	35	3	1,500
	Febrero	12	15	7	20	3	8	30	5	1,498
	Mayo	10	16	6	17	3	9	34	5	1,515
	Agosto	11	14	7	19	4	8	32	5	1,484
2004	Noviembre	13	12	7	15	5	9	30	7	1,513
	Febrero	12	14	9	17	3	10	31	5	1,510
	Mayo	11	15	7	16	3	10	34	4	1,515
	Agosto	11	16	6	17	4	10	31	4	1,515
2005	Noviembre	10	15	8	15	5	10	32	4	1,515
	Febrero	11	15	8	16	4	9	32	5	1,507
	Mayo	13	15	6	15	3	10	34	3	1,515
	Agosto	9	13	8	15	4	11	34	4	1,515
2006	Noviembre	10	13	8	17	4	12	31	5	1,515
	Febrero	12	13	7	13	5	10	36	4	1,717
	Mayo	10	12	9	13	5	9	39	4	2,099
	Agosto	8	6	11	18	7	10	35	4	1,515
2007	Noviembre	7	11	11	20	6	9	32	3	1,515
	Febrero	8	10	10	18	6	10	35	4	1,515
	Mayo	8	10	10	20	4	9	33	5	1,515
	Agosto	9	11	10	21	5	9	31	3	1,515
	Noviembre	8	14	7	16	4	9	40	1	1,530

Nota: Todas las encuestas son nacionales con entrevistados cara a cara en vivienda. Los porcentajes no suman 100, porque no se presenta la opción "otro partido". La pregunta utilizada a partir de noviembre de 1999 es: "Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista? ¿Se considera muy o algo...?": Entre febrero y agosto de 1999 se utilizó la pregunta: "Independientemente del partido por el que usted votaría, ¿con cuál partido político se identifica más?" En las encuestas previas, se usaron variantes de pregunta sobre simpatía con algún partido político. En octubre de 1999 y en junio de 2000, antes de realizar la pregunta sobre simpatía o identificación se preguntó: "Independientemente de por quién vota, ¿usted simpatiza con algún partido político?", lo cual incrementó el porcentaje de independientes.

Fuentes: 1989 y 1994: *Los Angeles Times*-Prospectiva Esnatéfica A.C. / 1994: Belden y Russonello con Ciencia Aplicada / 1996: *Reforma-Los Angeles Times* / 1997: ITAM-Arcop / 1998 a 2007: Reforma, encuestas trimestrales (y en 2000 electorales).

partido gobernante sino también para reducir la capacidad de éste para movilizar recursos que pudieran fortalecer las antiguas lealtades o generar nuevas. La derrota electoral del candidato presidencial del PRI el 2 de julio del 2000 provocó una de las crisis de identidad más notables del priísmo en el país. Ésta se vio reflejada en la sustancial disminución de priístas, tanto duros como blandos, en las encuestas posteriores a la elección. Entre el mes de mayo de ese año, previo a la elección presidencial, y agosto, después de los comicios, el sentido de identificación con el PRI disminuyó de 33 a 29 por ciento (una pérdida del 12 por ciento de sus seguidores en escala nacional). Las encuestas tipo panel realizadas a las mismas personas confirmaron este abandono de priístas a su partido (ver la encuesta panel publicada por *Reforma* el 30 de julio de 2000). No obstante, el derrumbe más significativo se registró hacia el primer mes de gobierno de Vicente Fox, en enero de 2001, cuando el priísmo disminuyó a 20 por ciento (una pérdida de 39 por ciento con respecto a la medición de mayo de 2000). Esto significa que el cambio de gobierno tuvo un efecto más fuerte en el debilitamiento del priísmo que el resultado electoral en sí. En 2006, también entre mayo y agosto, la identificación de los electores con el PRI bajó de 22 a 14 por ciento, significando una pérdida de 36 por ciento de sus seguidores atribuible a la derrota electoral. Esto quiere decir que el resultado desfavorable de la elección de 2006 generó una mayor erosión de lealtades priístas que el de 2000, cuando el partido perdió por primera vez la Presidencia de la República.

Por su parte, el panismo promedió 23 por ciento de identificación agregada para todo el periodo comprendido entre 1989 y 2007 (7 por ciento de panistas duros y 16 por ciento de blandos). Dicho promedio se calculó a partir de los datos mostrados en el cuadro 6. Es evidente que los triunfos electorales de 2000 y 2006 impulsaron el crecimiento en el sentido de identificación con ese partido. Después de la elección de 2000 y hasta antes de la de 2006, la identificación con el PAN promedió 25 por ciento (8 por ciento de panistas duros y 17 por ciento de blandos); mientras que, luego de la elección de 2006 y hasta finales de 2007, la identificación con dicho partido promedió 29 por ciento (10 por ciento de panistas duros y 19 por ciento de blandos). El efecto directo del triunfo electoral en el ascenso del panismo fue más fuerte en 2006, aunque el cambio de gobierno trajo mejores dividendos en 2000. Tras registrar 22 por ciento en mayo de 2000, el panismo aumentó a 26 por ciento en agosto de ese año, después de la elección, y a 35 por ciento en enero, a un mes de gobierno de Vicente Fox. En 2006, la

encuesta de mayo también arrojó 22 por ciento de panistas, proporción que subió a 29 por ciento en agosto, después de la elección presidencial y en la zozobra del conflicto poselectoral, manteniéndose en 28 por ciento hacia el tercer mes de gobierno de Felipe Calderón. El crecimiento neto del triunfo electoral fue de 18 por ciento en 2000, frente a 32 por ciento en 2006, tomando como punto de partida la encuesta preelectoral de mayo en cada año. En contraste, el crecimiento observado tras la toma de posesión de un presidente extraído de las filas del PAN fue de 59 por ciento en 2000, comparando la primera encuesta trimestral de evaluación al presidente Fox, realizada en enero de 2001, con el nivel que el PAN tenía en mayo del año anterior, y de 27 por ciento en 2006, comparando también la primera encuesta trimestral de evaluación al presidente Calderón, realizada en febrero de 2007, con el nivel que el PAN tenía en mayo del año previo. Independientemente de esta sutil diferenciación entre el efecto directo de la elección y el de la toma de posesión, lo cierto es que las identificaciones con el PAN ascendieron significativamente tras los triunfos electorales de sus candidatos presidenciales en 2000 y 2006.

En el caso del PRD, el promedio de adhesiones para el periodo de 18 años comprendido en el cuadro 6 es de 14 por ciento (5 por ciento de perredistas duros y 9 por ciento de blandos). Las identificaciones con este Partido parecen también tener un comportamiento cíclico, aunque, a diferencia de las del PRI, los ascensos y descensos en el perredismo han llevado al partido a un nivel relativamente más alto o estable, al parecer ligado a sus liderazgos. En la serie de encuestas sobre identificación partidista se observan tres periodos particularmente favorables para el perredismo: el primero fue en 1989, año de la fundación del partido y colofón del movimiento electoral cardenista del año previo, cuando la identificación con el PRD inició con un nivel de 16 por ciento; el segundo fue en 1997, cuando la candidatura de Cárdenas a la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal impulsó las adhesiones a su partido hasta 22 por ciento, el cual ha sido, hasta ahora, el momento más copioso para el PRD, y el tercero fue en 2005-2006, cuando el perredismo nuevamente registró un crecimiento, en esta ocasión ligado a las aspiraciones presidenciales de Andrés Manuel López Obrador, registrando un promedio de 15 por ciento.

La proporción de electores no partidistas durante el periodo 1989-2007 también puede apreciarse en el cuadro 6. El promedio de electores independientes para todo el periodo es de 31 por ciento, mientras que el de apolíticos es de 4 por ciento, para un promedio total de 35 por ciento de

apartidistas. Según esta información derivada de las encuestas, el porcentaje de independientes ha sido el más vibrante, por no decir volátil, a lo largo de todo el periodo, al registrar variaciones entre 18 y 41 por ciento, y la desviación estándar más alta de cualquier subgrupo mostrado en el cuadro, de 5.1 (la segunda más alta es la de los priístas blandos, con 4.4). Sin embargo, a partir de que la pregunta de identificación partidista fue estandarizada en noviembre de 1999, el porcentaje de independientes ha sido mucho más estable y la desviación estándar se redujo a 3.3. De hecho, a partir de la estandarización de la pregunta, la desviación estándar en la distribución de cada subgrupo de partidistas disminuyó de manera importante, lo cual es un posible indicador de que la pregunta clásica de identificación partidista suele producir una mayor estabilidad. Por su parte, los apolíticos han representado una proporción de casi uno de cada 20 electores a lo largo del periodo, con la menor variación observada (la desviación estándar es de 1.2 para todo el periodo, misma que se registra a partir de la estandarización de la pregunta). Como comparación, los apolíticos en Estados Unidos han sido históricamente entre 1 y 3 por ciento (Weisberg, 1999). La evidencia mostrada en el cuadro indica, en general, un leve aumento de los independientes a lo largo del periodo considerado, pero no entre noviembre de 1999 y noviembre de 2007, lapso en el que se ha mantenido con variaciones en una franja de 30 por ciento a 40 por ciento. Esto no es evidencia de que el electorado mexicano esté experimentando una desalineación partidista generalizada.

En resumen, la colección de datos de encuestas realizadas entre 1989 y 2007 y mostradas en el cuadro 6 señala los siguientes patrones del partidismo en México: 1) un declive cíclico pero consistente en las identificaciones de los electores mexicanos con el PRI, producto, como veremos más adelante, de un replazo generacional, pero al parecer también ligado a la crisis económica de mediados de los noventa, así como a las derrotas electorales de los candidatos de ese partido en los comicios de 2000 y 2006; 2) un ascenso en las identificaciones con el PAN impulsadas de manera significativa por los triunfos en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006; 3) un comportamiento cíclico de las adhesiones al PRD, en buena parte vinculadas con los liderazgos de Cárdenas y López Obrador, a través del cual el balance de partidistas del sol azteca ha ido mejorando con el tiempo y 4) una distribución variable del electorado independiente que se ha mantenido en una franja que representa alrededor de un tercio del electorado total desde finales de 1999 a la fecha. Las identificaciones con otros partidos políticos, no

mostradas en el cuadro, han sido poco significativas, y las encuestas realizadas a lo largo de 2004 a 2007 las sitúan por debajo de 1 por ciento.

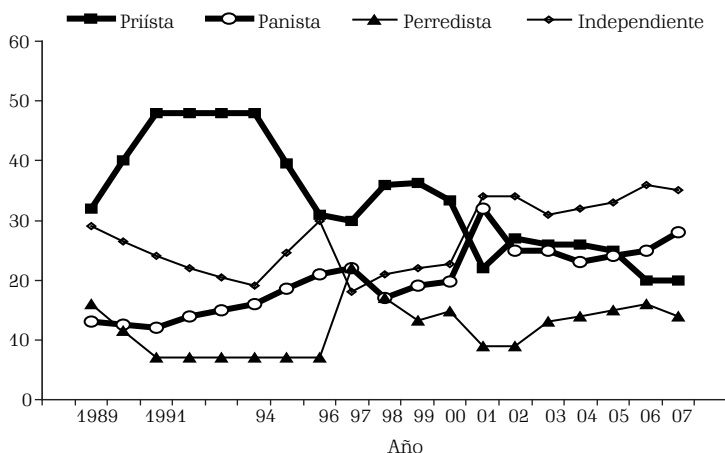
LA EVOLUCIÓN DEL MACROPARTIDISMO MEXICANO

El concepto de la identificación partidista se originó como un rasgo individual del votante que suele influenciar poderosamente sus opiniones y su comportamiento políticos. La agregación de tales identificaciones individuales suele llamarse macropartidismo (Mackuen, *et al.*, 1989; Erikson *et al.*, 2004), el cual evidencia el balance de adhesiones partidarias en el sistema de partidos. La revisión que se hizo de la distribución agregada de las identificaciones partidarias en México en la sección anterior corresponde muy bien a esta descripción, analizando cada partido político por separado. En esta sección se discute gráficamente la evolución del macropartidismo y cómo la pérdida de adhesiones por parte de un partido suele compensarse con aumentos en las identificaciones con otro o con el incremento de los independientes. En este sentido, el macropartidismo es un indicador de suma cero. En otras palabras, los cambios que experimentan las adhesiones al PAN, al PRI o al PRD, así como de los independientes, están estrechamente vinculados. Para evitar redundancias con las descripciones e interpretaciones hechas en la sección anterior, el enfoque en esta discusión se centrará precisamente en la interrelación que hay entre los partidismos agregados en el país.

Para facilitar el análisis en esta sección, los registros del macropartidismo desplegados en el cuadro 6 se han combinado en indicadores anuales, y se han consolidando los partidistas duros y los blandos en un solo porcentaje. Los resultados se presentan en la gráfica 1. La información contenida en ésta retrata la transformación del sistema mexicano de partidos de 1989 a 2007. De esta manera es mucho más fácil ver las tendencias descritas: el declive cíclico del macropriísmo, el aumento gradual y ligado a los triunfos electorales del macropanismo, los tres picos de incremento macroperrredista y la enorme variación en el porcentaje de independientes finalmente estabilizándose en una franja ligeramente superior al 30 por ciento del electorado. Además de estas tendencias también se observa que el macropanismo ha ido en aumento en la medida en que el macropriísmo ha ido disminuyendo. En algunos momentos ambos macropartidismos se reflejan entre sí como si fueran un espejo. De he-

cho, empíricamente hay una correlación negativa muy alta entre el porcentaje de priístas y el de panistas en el electorado mexicano, de -84 , para el periodo que va de 1989 a 2007 (a partir de 1999 se utilizan los promedios anuales de encuestas). Si se toman solamente los años de la pregunta estandarizada, a partir de 1999, la correlación permanece en un nivel muy similar: -82 . Esta es la señal más clara de una posible realineación partidaria en el país: la transferencia de lealtades del PRI al PAN a la par del desvanecimiento del sistema de partido único. Según observaciones hechas con datos de encuestas de salida en 2000 y 2006, la composición panista de este último año reflejaba la incorporación de varios ex seguidores del PRI (Moreno y Méndez, 2007). El macropanismo, entendido como la proporción agregada de panistas en el electorado, llegó a superar al macropriísmo en 2001, el primer año del gobierno de Vicente Fox, pero también lo ha hecho en dos años consecutivos más recientes: 2006 y 2007. Lamentablemente, aún no es posible saber si este desplazamiento del PRI por el PAN en el macropartidismo mexicano será sostenido o si nuevamente habrá un rebote en el patrón cíclico de evolución de las identificaciones priístas.

Gráfica 1
Macropartidismo en México: distribución agregada de la identificación partidista, 1989-2007



Nota: Cuando hay más de una encuesta por año, a partir de 1998, se muestran promedios anuales.

Fuente: De 1989 a 1997, ver cuadro 5. Para el periodo 1998-2007 la fuente son las encuestas nacionales trimestrales de *Reforma* (n acumulada para todo el periodo 54,235).

Durante el declive del priísmo, el PRD también ha ganado adeptos de forma cíclica, pero la asociación estadística que hay entre estas dos afinidades políticas es menos significativa que la que se observa entre PAN y PRI. La correlación entre el macropriísmo y el macroperrredismo es de -37 para el periodo entero de 1989 a 2007, pero solamente de $.01$ a partir de 1999 (año en que se comienzan a utilizar promedios anuales de encuestas, además de la pregunta estandarizada de identificación partidista en el país).

En lo que respecta a la evolución de las adhesiones al panismo y al perredismo, prácticamente la relación es nula si se considera el periodo de 18 años completo. La correlación que resulta en ese caso es de $-.05$. Sin embargo, a partir de 1999 la relación entre macropanismo y macroperrredismo se vuelve negativa y mucho más intensa: $-.50$. Esto significa que tras el acceso del PAN al poder, la ganancia o pérdida de adhesiones partidarias de ese instituto político se han vinculado mucho más, de manera inversa, con los altibajos del PRD. Esto puede apreciarse en el esquema gráfico de los datos. Precisamente a partir de 1999 los ascensos del macropanismo se reflejan de manera inversa en descensos del macroperrredismo, y viceversa.

La interrelación de los macropartidismos con el segmento de independientes es particular a cada partido político. En el caso del macropriísmo, su vínculo con la evolución de los independientes es fuerte y negativo, y arroja una correlación de $-.78$ para el periodo de 18 años. Así, el declive priísta se tradujo en gran parte en panismo, pero también en independientes. No obstante, la correlación se intensificó a partir de 1999, llegando a ser de $-.95$, casi perfecta. Esto significa que buena parte de la rápida pérdida de adhesiones priístas no se tradujo en otros partidismos de inmediato, sino que engrosó principalmente las filas de los independientes; o lo que podría señalarse como un proceso de desalineación. Esto, como se mencionó anteriormente en este capítulo, explica que la elección de 2006 haya sido menos partidista que la de 2000.

El vínculo entre el porcentaje de independientes y el macropanismo es positivo y arroja una correlación relativamente alta de $.66$ para el periodo de 18 años (1989-2007) y aún más alta para el periodo reducido que inicia en 1999, de $.78$. Esto confirma que tanto el PAN como los independientes han sido los principales beneficiarios de la desalineación con el PRI. En el caso del PRD, el desarrollo de las identificaciones agregadas con ese partido tiene una relación negativa pero débil con la evolución de los independien-

tes: la correlación es de -0.17 tanto para el periodo extendido como para el reducido. Esto significa que cuando ha habido un crecimiento de los independientes es porque ha habido una disminución notable de priístas y una moderada de perredistas.

Además de proveer la información para conocer el grado de interrelación que hay entre las adhesiones partidarias agregadas en el país, la gráfica 1 permite también visualizar tres etapas claramente distinguibles del macropartidismo mexicano. La primera etapa comprende el periodo de 1989 a 1994, y refleja el todavía fuerte predominio del PRI, pero con un gradual aumento de panismo. Esa etapa bien podría denominarse como la última del sistema de partido hegemónico. La segunda etapa va de 1996 a 2000 y refleja a un priísmo claramente debilitado aunque todavía dominante, y una franja de los tres subgrupos remanentes –panistas, perredistas e independientes– disputándose la segunda posición. Esta segunda etapa pareciera ser de transición en la evolución del macropartidismo. La tercera etapa se observa a partir de 2004, cuando el panismo reemplazó momentáneamente a los priístas como el macropartidismo más numeroso en el país, y hasta 2007, cuando termina la serie de encuestas incluida en este libro. Durante esta tercera etapa, el panismo y el priísmo han disputado ser el macropartidismo más importante del país, aunque el subgrupo más numeroso todo ese tiempo ha sido el de los independientes. Una característica peculiar de esta tercera etapa es que, aunque se observan claras variaciones en el macropartidismo, se trata del periodo más estable de los tres, lo cual pudiera ser indicativo de la redefinición del sistema de partidos que tendrá el país en los próximos años. El PRI llegó a sus niveles más bajos de la historia en cuanto a adhesiones de electores en los años 2006 y 2007. Quedará pendiente saber si ése, como punto más bajo de la serie, se sostendrá, seguirá bajando o si el PRI nuevamente experimentará un rebote de simpatías.

En resumen, los indicadores sobre la evolución del macropartidismo en México revelan que: 1) el principal partido beneficiado del declive priísta ha sido el PAN en el periodo de 18 años considerado en el análisis e iniciado en 1989, aunque el segmento de los independientes ha captado a más ex priístas que el PAN a partir de 1999 (lo cual provee evidencia de que el declive del priísmo en los últimos años ha sido más rápido que el desarrollo de otras identificaciones partidarias en el país, aunque esto no necesariamente sea señal de una desalineación generalizada); 2) en general, la relación entre el macropanismo y el macroperrredismo ha si-

do débil, pero ha comenzado a intensificarse en los últimos años de forma negativa; 3) la visualización gráfica del macropartidismo mexicano permite identificar tres etapas de desarrollo en las que claramente se observa el paso de un sistema de partido hegemónico a uno de partidos competitivo.

Previamente en este capítulo se mencionó que la identificación partidista es una fuerte influencia en el voto. Varias investigaciones realizadas en Estados Unidos han encontrado, además, que el voto puede ser también un determinante de la identificación partidista ya desarrollada (Jackson, 1975; Page y Jones, 1979; Markus y Converse, 1979), o que incluso puede influir el desarrollo de ésta cuando se trata de la primera votación (Keith *et al.*, 1992). La evolución del macropartidismo en México sugiere que varias de las adhesiones partidarias efectivamente han respondido a los resultados de las elecciones, así como también a la crisis económica de mediados de los años noventa. Esto significa que el partidismo agregado en México es sensible a esos factores macrodinámicos.

Además, los cambios en la distribución partidista durante el periodo que va de 1989 a 2007 también reflejan un fenómeno de conversión de electores de un partido a otro, así como la incorporación a la arena política de nuevos electores, como se verá en la siguiente sección. En otros lados, a esa “conversión” también se le ha denominado como un fenómeno de “rotación” (Moreno y Méndez, 2007), el cual se refiere a la transferencia de seguidores de un partido a otro.

LEALTAD PARTIDARIA Y NUEVOS RECLUTAMIENTOS

A pesar de las fluctuaciones mencionadas en el macropartidismo mexicano, una de las características fundamentales de la identificación partidista individual es su longevidad en la persona. De acuerdo con el planteamiento original de los autores de *El votante americano*, quienes se consideran partidistas suelen serlo durante buena parte de su vida. Por ejemplo, en años recientes se ha apuntado para el caso estadounidense que:

lo que hace al partidismo interesante, y que no les había sido claro a los investigadores hasta los años cincuenta, es el hecho de que los votantes que se consideran a sí mismos como republicanos a la edad de treinta y dos años, muy probablemente continuarán considerándose republicanos a la edad de ochenta y dos años (Green, Palmquist y Schickler, 2002: 1-2).

¿Qué tan arraigado es el partidismo en México? ¿Suele el elector partidista ser fiel a su partido de manera duradera? Si el partidismo se fortalece con la vida política de los electores, ¿hay evidencia de que los mexicanos de mayor edad son más partidistas que los jóvenes? El cuadro 7 ofrece un primer conjunto de datos para afirmar que, en efecto, sí hay una relación directa entre la intensidad de la identificación partidista y su longevidad. Los electores que se ven a sí mismos como muy partidistas reportan haberse identificado con su respectivo partido político por más tiempo que los que son algo partidistas. Por ejemplo, en el año 2000, de los electores que habían sido partidistas durante más de 15 años, 60 por ciento se consideraba como muy partidista, mientras que 40 por ciento se decía algo partidista. Por el contrario, entre los que solamente habían tenido un sentido de afiliación partidaria por menos de tres años, el 77 por ciento tenía un sentido de identificación débil, y solamente el 24 por ciento era partidista fuerte. En el caso de otras categorías intermedias, se observa que el porcentaje de partidistas débiles de entre tres y cinco años se reducía a 67 por ciento, mientras que el de partidistas débiles de entre seis y 15 años bajaba aún más, a 56 por ciento. La relación es directa: entre mayor es el número de años que la persona se ha identificado con su partido, más probable es que su partidismo sea fuerte; asimismo, el partidismo débil es más común entre los seguidores con menos longevidad partidaria. Esta misma relación no sólo se observó nuevamente en el año 2006, sino que incluso cobró ligeramente más fuerza. La proporción de partidistas duros de más de 15 años de afiliación a su partido aumentó ligeramente, a 64 por ciento (comparada con 60 por ciento que registró seis años antes), mientras que la de partidistas débiles de menos de tres años subió ligeramente, a 79 por ciento (comparado con 77 por ciento de la elección presidencial anterior). En otras palabras, la asociación entre partidismo duro y longevidad, por un lado, y entre partidismo débil y reciente adhesión, por otro, se acentuó en 2006. La conclusión es que los partidistas blandos tienden a ser de afiliación reciente, mientras que los duros tienden a ser más longevos. Estos resultados derivan del conjunto de encuestas nacionales preelectorales realizadas por el diario *Reforma* y se basan en un total de 6,241 entrevistas a electores partidarios en 2000 (de un total de 9,641, en donde se incluye a los no partidarios), y 9,815 entrevistas, también a partidistas, en 2006 (de un total de 15,501).

Cuadro 7
Longevidad de la identificación partidista en 2000
y 2006 *¿Desde hace cuánto tiempo se considera usted partidista?*

	2000				2006			
	Menos de 3 años %	De 3 a 5 años %	De 6 a 15 años %	Más de 15 años %	Menos de 3 años %	De 3 a 5 años %	De 6 a 15 años %	Más de 15 años %
Muy partidista	21	32	44	60	20	29	42	64
Algo partidista	77	67	56	40	79	71	58	36
<i>Total de priistas</i>	30	37	51	81	22	26	30	65
Muy priista	7	13	23	48	4	7	12	41
Algo priista	23	24	28	33	17	19	18	24
<i>Total de panistas</i>	51	41	31	15	34	42	47	24
Muy panista	11	12	13	9	6	11	19	15
Algo panista	40	29	18	6	28	31	28	9
<i>Total de perredistas</i>	17	20	18	4	44	32	22	11
Muy perredista	3	7	8	3	10	11	11	8
Algo perredista	14	14	10	1	34	21	12	3

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales realizadas en vivienda a adultos con credencial para votar vigente, durante el periodo de campañas políticas, enero a junio de 2000 (n=9,641, de los cuales 6,241 son partidarios) y 2006 (n=15,501, de los cuales 9,185 son partidarios).

El generoso número de entrevistas acumuladas por las encuestas preelectorales de 2000 y 2006 nos permite confiadamente segmentar por categorías de partidistas fuertes y débiles para cada uno de los tres principales partidos políticos, PRI, PAN y PRD. El cuadro 7 también ofrece esta información. Examinemos primero cada uno de estos segmentos por separado. En el caso del PRI en 2000 es notable que sus seguidores lo habían sido por un largo periodo y que los reclutas nuevos tendían a ser escasos. En 2006 la base electoral del PRI se redujo significativamente, pero el partido fue capaz de retener a una buena proporción de los priistas más longevos. Por el contrario, en el caso del PAN hay una proporción muy importante de electores que han adoptado la identidad blanquiazul en los años recientes. Como se apuntó en este capítulo, buena parte de la captación de nuevos panistas se debe a los triunfos en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. En 2000, la mayor parte de las adhesiones panistas en el país eran de reciente cuño, en buena medida impulsadas por la candidatura presidencial de Vicente Fox. Hacia 2006 es evidente

que la longevidad de muchos panistas se extendió, pero el reclutamiento de nuevos seguidores ya no fue tan fuerte en términos proporcionales. Por su parte, el PRD en 2000 tenía muy pocos seguidores longevos (de más de 15 años), lo cual es de entenderse, ya que el partido se fundó en 1989. La mayoría de los perredistas adoptaron su partidismo a partir de 1994 y en particular en torno al liderazgo de Cuauhtémoc Cárdenas, en 1997. Para 2006, sin embargo, las cosas fueron diferentes: si bien el PRD fue capaz de mantener a muchos de sus seguidores más longevos, el perredismo creció significativamente entre electores cuya identidad política fue adoptada en los tres años previos a la elección. Muchas de las adhesiones al PRD entre 2003 y 2006 probablemente estuvieron muy vinculadas a la figura de López Obrador.

Ahora examinemos los tres patrones de longevidad partidaria de una manera integrada entre los partidos. Para esto haremos una lectura de los datos del mismo cuadro 7 enfocándonos en las columnas, ya que éstas son el universo sobre el cual están calculados los porcentajes mostrados. Por ejemplo, en la columna correspondiente a los entrevistados que reportaron, en el año 2000, tener una identidad partidaria de más de 15 años, 81 por ciento de ellos era priísta, mientras que 15 por ciento era panista y solamente 4 por ciento perredista. De hecho, casi la mitad de los electores con una longevidad partidaria de más de 15 años tenía en ese año una identidad priísta fuerte (48 por ciento). Este es un buen reflejo de cómo posiblemente era la distribución de las identificaciones partidarias durante el sistema de partido hegemónico. Sin embargo, al mirar la columna de los electores con menos de tres años de partidismo en la elección de 2000, una mayoría de 51 por ciento era panista, frente a 30 por ciento de priístas y 17 por ciento de perredistas. En ese mismo subgrupo, la proporción de panistas blandos (40 por ciento) superaba en razón de casi 2 a 1 a los priístas blandos (que representaban 23 por ciento).

Haciendo este tipo de lectura de los datos, las tendencias observadas en los años 2000 y 2006, relativas al partidismo y su longevidad, muestran cambios importantes en el electorado que confirman las discusiones previas en este capítulo sobre la evolución del macropartidismo en el país. Una primera aseveración es que el Revolucionario Institucional continúa siendo el partido más numeroso entre los electores, con una longevidad partidaria mayor, aunque su predominio comienza a ceder, principalmente ante los panistas. La razón de priístas de más de 15 años sobre los panistas con esa misma longevidad era de 5.4 a 1 en el año 2000, propor-

ción que se redujo por la mitad en el año 2006, al resultar en una razón de 2.7 a 1. Un segundo punto es que el PAN se volvió el partido más numeroso entre los grupos partidistas, con una longevidad de tres a cinco años, y de seis a 15 años. Sin embargo, entre 2003 y 2006 el PRD fue el que logró el mayor reclutamiento de seguidores. Del total de electores con una identificación partidista menor a tres años en el año 2006, 44 por ciento era perredista, frente a 34 por ciento de panistas y 22 por ciento de priistas. Esta última cifra revela que en los tres años que precedieron al peor momento electoral de su historia, en los comicios presidenciales de 2006, el PRI fue aún capaz de reclutar a casi uno de cada cuatro electores que adoptaron una identidad política o se adhirieron a otra (lo que refleja un fenómeno de conversión).

A este respecto, desde la publicación de *El votante mexicano* (2003) se manejaron dos hipótesis para explicar los cambios en el partidismo mexicano desde finales de los años ochenta a la fecha. La primera es una hipótesis de *conversión* y se refiere a que ciertos electores, influenciados por eventos sociales, políticos y económicos relevantes, así como por liderazgos o temáticas preponderantes, dejan de identificarse con un partido y se adhieren psicológicamente a otro. La conversión implica, por ejemplo, dejar de verse a sí mismo como priista y adoptar una identidad panista o perredista, o dejar de ser independiente para volverse partidista, lo cual, a su vez, provoca que los electores convertidos y reconvertidos piensen o actúen políticamente acorde con su nueva identidad. El declive del PRI en la última década y media, evidenciado en la gráfica 1, no sólo representa un proceso de desalineación partidaria (efectivamente evidenciado por cierto aumento de electores independientes en ese periodo), sino también un proceso de reconversión partidaria, que se aprecia por el aumento de panistas y perredistas en el electorado. En el próximo capítulo se discute la posibilidad de que esta reconversión política de los últimos años pueda o no catalogarse como una realineación partidaria.

La segunda hipótesis que ayuda a explicar los cambios en el partidismo mexicano es la del *reemplazo generacional*, y se refiere a que, en la medida en que han llegado a la edad adulta los mexicanos, éstos se incorporan a la arena electoral y muchos de ellos suelen adoptar (o llegan ya a su primera elección con) una cierta identificación con un partido político. En la elección presidencial de 2006, por ejemplo, 16 por ciento de los votantes tenía una edad entre 18 y 24 años de edad, según las estimaciones de la

encuesta nacional de salida realizada por el diario *Reforma* a 5,815 personas que acudieron a las urnas. De los jóvenes votantes comprendidos en ese rango de edad 58 por ciento dijo identificarse con alguno de los partidos políticos, mientras que el restante 41 por ciento se consideraba independiente o apolítico. En contraste, los votantes mayores de 60 años representaron 8 por ciento del total de votantes (la mitad de los jóvenes), pero eran mucho más partidistas: 76 por ciento era partidista, frente a 24 por ciento que negó serlo. Además, mientras que en el grupo de votantes de 18 a 24 años la proporción de partidistas duros y blandos era de 31 y 69 por ciento, respectivamente, entre los mayores de 60 años los partidistas duros representaban 70 por ciento y los partidistas blandos 30 por ciento, justo la proporción inversa. Esto muestra una fuerte relación entre la edad y la intensidad del partidismo, congruente con la asociación mencionada entre la longevidad y la intensidad partidaria.

Pero lo que realmente es importante para probar la hipótesis de remplazo generacional no es el grado de partidismo entre jóvenes y mayores, sino que haya una diferencia en el equilibrio del partidismo entre los primeros con respecto a los segundos. En otras palabras, que las adhesiones partidarias entre los votantes jóvenes que entran a la arena electoral sean sustancialmente diferentes de las adhesiones de quienes ya han tenido una vida política más larga y que serán remplazados por esas nuevas generaciones.

Esta incorporación de nuevos electores partidistas puede inclinar la balanza hacia unos partidos más que hacia otros y generar transformaciones importantes en el sistema de partidos. En conjunto, la hipótesis de conversión y reconversión partidista, y la hipótesis de remplazo generacional, nos ayudan a entender el proceso de recomposición del electorado mexicano en los últimos años y, en particular, a la luz de la elección presidencial más reciente, la de 2006. La evidencia presentada en el cuadro 8 nos permite evaluar los posibles efectos de estas dos hipótesis en el electorado. Los datos en este cuadro se dividieron en dos subgrupos de electores, los que dijeron tener una longevidad partidaria de más de seis años (y que representaban 60 por ciento de los electores en 2006), y los que dijeron tener una longevidad partidaria de 6 años o menos (el restante 40 por ciento). A su vez, dentro de cada uno de estos dos grupos se presentan resultados para categorías de electores nacidos antes de 1950, entre 1950 y 1969, y de 1970 hasta 1988.

Cuadro 8
Patrones de conversión partidista y remplazo generacional observados en 2006

	<i>Priísta</i> %	<i>Panista</i> %	<i>Perredista</i> %
<i>Longevidad partidaria de más de 6 años (60 por ciento)</i>	48	35	17
Nacidos hasta 1949 (14 por ciento)	52	33	15
Nacidos entre 1950 y 1969 (27 por ciento)	48	34	18
Nacidos entre 1970 y 1988 (19 por ciento)	45	39	16
<i>Longevidad partidaria de 6 años o menos (40 por ciento)</i>	24	38	38
Nacidos hasta 1949 (4 por ciento)	11	38	50
Nacidos entre 1950 y 1969 (10 por ciento)	16	38	46
Nacidos entre 1970 y 1988 (26 por ciento)	29	38	33

Nota: Los porcentajes entre paréntesis se refieren a la proporción del subgrupo con respecto al total del electorado.

Fuentes: *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales realizadas en vivienda a adultos con credencial para votar vigente, durante el período de campañas políticas, enero a junio de 2006 (n=15,504, de los cuales 9,185 son partidarios).

De acuerdo con los datos, la composición partidista de forjamiento reciente (menor a seis años de adhesión) es claramente distinta a la del partidismo más longevo (o mayor de seis años). Entre estos últimos, 48 por ciento se dijo priísta, 35 por ciento panista y el 17 por ciento perredista. Entre los electores de adhesión reciente, sin embargo, el PAN y el PRD cuentan con 38 por ciento de seguidores cada uno, mientras que el PRI se rezaiga con 24 por ciento. Pero esto no es solamente el posible efecto de la suma de nuevos electores a la arena política; también refleja un proceso de reconversión partidaria.

Además de evidenciar que los nuevos partidismos reflejan un equilibrio de fuerzas políticas distinto al de los viejos partidismos, hay también otros fenómenos de suma importancia que se pueden derivar de los datos del cuadro 8. Primero, el fenómeno de reconversión partidaria puede observarse principalmente en las categorías de edad de mexicanos nacidos en 1949 o antes. Entre los partidistas más longevos de ese cohorte generacional el priísmo claramente domina el equilibrio de fuerzas, con 52 por ciento de adhesiones. Sin embargo, entre los partidistas menos longevos (seis años o menos) que nacieron antes de 1950, el priísmo solamente representa 11 por ciento, mientras que el PRD cuenta con las adhesiones de

50 por ciento. Este dato refleja claramente un fenómeno de reconversión partidaria entre las generaciones más maduras de electores mexicanos. Las políticas perredistas de asistencia social a la tercera edad podrían ayudar a explicar esta reconversión partidaria entre los mexicanos más maduros, en particular los de la región centro del país. Sin embargo, hay que dimensionar el efecto de esta reconversión: los electores nacidos antes de 1950 que adoptaron su actual identidad política en los seis años previos a la elección de 2006 representan 4 por ciento del electorado total, mientras que quienes nacieron en ese mismo periodo y que reportaron una longevidad partidaria mayor a seis años representan una proporción por lo menos tres veces mayor, de 14 por ciento.

Una pieza de evidencia adicional a favor de la hipótesis de reconversión –aunque no indisoluble de los efectos de remplazo– lo provee el grupo de electores nacidos entre 1950 y 1969 y que tienen menos de seis años de adhesión a su actual partido. De este segmento que representa 10 por ciento del electorado, 84 por ciento es afín al PAN (38 por ciento) o al PRD (46 por ciento), dejando al PRI solamente 16 por ciento. Finalmente, la evidencia de remplazo y nuevos reclutamientos entre los electores jóvenes se aprecia en el grupo de nacidos entre 1970 y 1988. Entre los electores con una afinidad partidista mayor de seis años, el PRI destaca sobre los otros dos partidos, lo cual indica que los procesos de socialización en el seno de las familias priístas leales son importantes.

En general, el priísmo como identificación política es más longevo: los priístas tienden a serlo por mucho tiempo. Y esto es evidente en los distintos segmentos de edad del electorado mexicano. Casi como un efecto de espejo, muchos de los identificados panistas son de nueva forja. Los perredistas también, por el simple hecho de ser el partido más nuevo de entre los tres principales. El cuadro 8 ofrece evidencia que sugiere que tanto la hipótesis de conversión como la de remplazo tienen plausibilidad en nuestro país. El remplazo es evidente en el hecho de que los panistas son más numerosos entre las nuevas generaciones que han adoptado una identificación política en años recientes. La conversión se muestra en que hay electores de edad media y avanzada que tienen menos de seis años de identificarse con alguno de los tres partidos políticos, es decir, que su partidismo es de reciente adquisición. Quizás la longevidad y el nuevo reclutamiento se asocian con ciertas características sociales y políticas de los mexicanos, pero ese es precisamente el tema del siguiente capítulo.

Identidades políticas

Las orientaciones afectivas hacia un partido político suelen reflejar las características y experiencias de los electores antes de su entrada a la arena político-electoral y durante su vida en ésta. De acuerdo con Miller y Shanks (1996: 120), “la identificación partidista es un concepto derivado de la teoría de referencia y grupos pequeños, que sostiene que la imagen que un individuo tiene de sí mismo puede incluir un sentimiento de identidad con un grupo secundario, como un partido político”. Dicho sentimiento de identidad política tiende a estar vinculado con ciertas características sociales y contextuales.

Con base en la evidencia mostrada en el capítulo anterior, sabemos que el partidismo es un rasgo importante del electorado mexicano y que influye en otras actitudes y en la conducta política; pero, ¿hay diferencias sociales entre los priistas, los panistas y los perredistas? ¿O acaso esas etiquetas partidarias reflejan solamente identidades políticas pero no sociales? Más aún, ¿qué cambios ha habido en las bases sociales de los grupos partidistas? ¿Son dichos cambios un reflejo de realineación partidaria? El principal propósito de este capítulo es proveer algunas respuestas a estas preguntas, de manera que pueda comprenderse aún más el proceso de transformación del sistema de partidos con base en el anclaje social de los partidismos predominantes que hay en el país.

De manera general, los determinantes del partidismo se pueden englobar en tres dimensiones: la primera es qué causa una identificación partidista en el individuo; la segunda, qué aspectos de identidad social y política están asociados con el partidismo, y la tercera, cuál es la causa de los cambios individuales y agregados en el partidismo. La primera dimensión es la más difícil de establecer, ya que se refiere a la definición de las causas primarias de esta identidad sociopolítica, por lo que haremos un recuento

teórico para esclarecerla. La segunda dimensión del partidismo refleja el contexto social de la identidad política, y es la que nos atañe en este capítulo. La tercera, referente a los cambios en la identidad partidaria, es el objeto del capítulo siguiente.

SOCIALIZACIÓN Y PARTIDISMO

La explicación clásica acerca de los orígenes y el desarrollo del partidismo en el individuo se basa en la teoría de la socialización. Ésta establece que las identificaciones partidarias se adquieren por medio del aprendizaje en el entorno social y familiar del individuo. Durante años, una de las analogías predilectas de los teóricos de la escuela de Michigan ha sido la ya mencionada comparación de la identificación partidista con la religión.

Al igual que la afinidad religiosa, la afinidad partidista por lo general se origina en la familia, en donde se establece durante la temprana socialización dentro de las normas familiares. Además de tener una experiencia primaria de grupo, el niño en proceso de maduración desarrolla un claro sentido de pertenencia a un grupo más grande de adherentes o correligionarios. El sentido del yo en el contexto religioso está claramente establecido por el sentido de "nosotros somos católicos romanos", "yo soy judío"; en política, "nosotros somos demócratas", "yo soy un republicano" (Miller y Shanks, 1996: 120).

En el ámbito estadounidense en el que fue concebida, a la identificación partidista se le atribuye un papel similar al de la identificación religiosa, la cual le da al individuo un sentido de adhesión de grupo y de contextualización social del yo. Tanto la afiliación religiosa como la identidad política proveen un sentido de referencia social que le permite a la persona contestarse preguntas del carácter de "¿quién soy?, ¿quién eres tú? ¿en qué creemos?" (Miller y Shanks, 1996: 122).

Aunque el tema de la socialización política en México tuvo estudios de gran relevancia en los años setenta (Segovia, 1975), los dedicados a la socialización durante el reciente periodo de creciente competencia electoral son muy escasos. Sin embargo, la poca evidencia disponible indica que sí hay cierto grado de transmisión o aprendizaje de las orientaciones partidarias en la familia. El análisis de una encuesta a padres y a sus hijos de entre nueve y 16 años de edad realizada en escala nacional en abril del año

2000, muestra que la longevidad partidaria de los padres, entendida como el número de años de identificación con algún partido político, es un factor explicativo muy importante de la identificación partidista de los hijos (Moreno, 2004b). Aunque quizás muy preliminar, ese es un buen indicador acerca del papel que desempeña la familia en el desarrollo de la identidad partidaria en México.

Utilizando esa misma encuesta de una forma más descriptiva, la coincidencia entre la identificación partidista de los padres y la de los hijos se hace evidente simplemente comparando los porcentajes de afinidad que éstos tienen con cada partido político. Los datos presentados en el cuadro 9 indican que hay un alto nivel de asociación en la identificación partidista de los hijos con la de sus padres. Esto quiere decir que los padres priístas tienen hijos principalmente priístas, y lo mismo sucede con los panistas y con los perredistas. Podría pensarse que estas coincidencias fuesen el producto de una contaminación por entrevista, en la que los padres habrían estado presentes durante las respuestas de sus hijos e influirlas, o que los hijos hubiesen escuchado las respuestas de los padres. Sin embargo, el análisis estadístico que se hizo de esa presencia no arrojó evidencia de que la posible contaminación, si la hubo, fuese estadísticamente significativa (ver Moreno, 2004b). Esto confirma que la asociación entre el partidismo de los padres y el de sus hijos es más que el puro producto de una contaminación por entrevista; es el producto de un aprendizaje político en el hogar.

Cuadro 9
Identificación partidista entre padres e hijos, abril de 2000

Identificación de los padres	Identificación de los hijos					Total %
	Priísta %	Panista %	Perredista %	Otro partido %	Ningún partido %	
Priísta	62	11	1	2	24	41
Panista	16	39	2	12	31	19
Perredista	4	20	44	0	32	8
Otro partido	0	33	33	33	0	1
Ningún partido	19	19	12	7	43	31
Total	34	20	8	6	32	100 (n=330)

V de Cramer = 0.32; significación = 0.000.

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de abril del 2000 a adultos (n = 1,647) y niños (519), de los cuales 330 eran padres o madres con sus respectivos hijos. Nota: Coeficiente de contingencia = 0.64; Phi de Cramer = 0.83.

No obstante, aunque el nivel de asociación observado es relativamente alto (como lo evidencia un coeficiente de contingencia de .64), la correspondencia entre la identificación partidista de los padres y la de sus hijos no es perfecta. Esto se puede notar en las proporciones de padres panistas cuyos hijos se dicen priístas (16 por ciento), o de padres priístas y perredistas cuyos hijos sienten una afinidad hacia otros partidos distintos. Sin embargo, una fuerte evidencia de asociación es que 62 por ciento de los padres priístas tenían hijos con esa misma afiliación partidaria, así como 44 por ciento de los padres perredistas y 39 por ciento de los padres panistas también tenían hijos que expresaban tener esa misma identificación política.

De los datos mostrados en el cuadro 9 también se deriva que el sentido de identificación partidista es mayor entre los adultos que entre sus hijos. Solamente tres de cada diez adultos dijeron no tener una afinidad partidista, mientras que entre los hijos la proporción fue de cuatro de cada 10. Según la teoría clásica de la identificación partidista, el partidismo va aumentando su intensidad y arraigo una vez que las personas ya han tenido una mayor experiencia con la política electoral, al haber votado por lo menos una o dos veces. En el caso de México, en el año 2000 pudo apreciarse, por medio de esta encuesta, que las orientaciones partidarias pueden, efectivamente, comenzar a desarrollarse en el hogar. El limitado tamaño de la muestra (330 casos de entrevistas realizadas tanto a padres como a hijos, incluidos ambos sexos) deja abierta esta veta de investigación para desarrollar más estudios con mayor solidez empírica acerca de los procesos de socialización política en el país en la nueva era del sistema competitivo de partidos. Desafortunadamente no se cuenta con una encuesta comparable en las campañas de 2006, o en un año más reciente a la de 2000, para determinar si los patrones de socialización partidaria han cambiado o no lo han hecho.

Un punto adicional que se puede observar en el cuadro 9 es que la composición agregada del partidismo entre los padres y los hijos indicaba cierta diferenciación que apoya los argumentos de cambio por remplazo generacional y de desalineación con el PRI explorados en el capítulo anterior. Por ejemplo, entre los padres entrevistados, la proporción de priístas era de 41 por ciento, la de panistas de 19 por ciento y la de perredistas de 8 por ciento. En contraste, el partidismo de los hijos se componía por un 34 por ciento de priístas (siete puntos menos que los padres), 20 por ciento de panistas (apenas un punto más), 8 por ciento de perredistas (misma proporción), y de otros partidos 6 por ciento (cinco puntos más). Por otra

parte, la proporción de independientes era de 31 por ciento entre los padres, frente a 32 por ciento entre los hijos.

Sin embargo, el hecho de que seis de cada diez mexicanos entre nueve a 16 años de edad, entrevistados en el año 2000, hayan expresado un sentido de identificación partidista es un claro indicador de que esta actitud política se desarrolla, en muchos casos, antes de que el individuo entre a la vida política activa, es decir, al cumplir 18 años de edad y obtener con ello el derecho a votar. Una proporción importante de mexicanos llega ya con un fuerte sentido de identificación partidista a su primer encuentro con las urnas.

En resumen, los datos mostrados en el cuadro 9 revelan: 1) una fuerte, aunque no perfecta, asociación en la identificación partidista de los padres y la de sus hijos en el país en el año 2000, lo cual sirve como evidencia de que esta orientación de afinidad política es probable que se aprenda hasta cierto punto en el hogar, y 2) a pesar de la fuerte asociación observada, se registra también una distribución agregada ligeramente distinta, en la que los padres tienden a ser más priístas que sus hijos, dando evidencia del proceso de desalineación con el PRI descrito en el capítulo anterior, en este caso ligada al proceso de socialización.

PARTIDISMO E IDENTIFICACIÓN SOCIAL

Además de ser, hasta cierto punto, el producto de la socialización, el partidismo es una identidad eminentemente política que, sin embargo, puede llegar a trascender el ámbito de la política. “Ciertamente, los demócratas y los republicanos ofrecen puntos de vista contrastantes no sólo en relación con sus líderes partidarios y sus programas, sino también en relación con sus familias, amigos y mascotas –cualquier cosa que sea emblemática de un partido político” (Green, Palmquist y Schickler, 2002). De ser este el caso en México, el partidismo no sólo sería una actitud fuertemente conectada con el voto y con la manera en que el elector percibe a los actores y los asuntos políticos; también deberíamos poder encontrar evidencia de contrastes en los estilos de vida y las expectativas sociales de los partidistas. En otras palabras, ¿es factible que, en México, la identidad partidaria esté vinculada con otras modalidades de identidad social?

A este respecto, la más reciente Encuesta Mundial de Valores, realizada en México en 2005, muestra que sí hay algunas diferencias en las res-

puestas de los partidistas que reflejan ideas y expectativas contrastantes acerca de la vida, más allá de la política. Por ejemplo, al preguntarles cuáles cualidades son más importantes de enseñar a los hijos en el hogar, los panistas pusieron más énfasis en la fe religiosa (46 por ciento) que los priístas (38 por ciento) y los perredistas (36 por ciento). Por otra parte, los priístas dieron mucha más importancia a la obediencia (65 por ciento) que sus contrapartes afines al PAN (60 por ciento) o al PRD (54 por ciento). Además, los perredistas son los que reportan ser miembros activos de alguna iglesia u organización religiosa en menor proporción, con un 38 por ciento, frente a 51 por ciento del total de priístas y 45 por ciento de los panistas. Asimismo, los perredistas son los que más de acuerdo están con la frase “el matrimonio es una institución anticuada”, con 36 por ciento, frente a 33 por ciento de priístas y 30 por ciento de panistas que opinan lo mismo. En una temática que refleja posturas liberales y conservadoras que se abordarán con más detalle en el siguiente capítulo, la encuesta de valores también indica que los perredistas son quienes más aprueban que una mujer tenga un hijo siendo soltera (68 por ciento), que los priístas (52 por ciento) y los panistas (55 por ciento).

Así como se observan algunas diferencias en las respuestas de los distintos grupos partidarios a las preguntas planteadas por la encuesta de valores, ese estudio permite también observar variaciones relativas a la imagen que los partidistas tienen de sí mismos. En la encuesta se presentaron una serie de descripciones acerca de la personalidad que un individuo puede tener, y se pidió a cada encuestado que dijera cuánto se parecía a esa descripción. Los perredistas duros, por ejemplo, fueron los más propensos a decir que se parecían mucho a una persona que suele “pensar en nuevas ideas, ser creativa y hacer las cosas a su propia manera”, con 28 por ciento; lo cual contrasta con 20 por ciento de los panistas que así también se auto perciben, así como con 21 por ciento de priístas duros y con 16 por ciento de priístas blandos que comparten esa descripción propia. Por otra parte, los panistas duros son los que más se identifican a sí mismos como personas a las que “les gusta vivir en un ambiente seguro y evitar cualquier peligro”: 51 por ciento de los muy panistas y 37 por ciento de los que son algo panistas afirman parecerse mucho a una persona con esa forma de pensar. Esa proporción se reduce notablemente entre los priístas, quienes registran 29 y 28 por ciento según su intensidad dura o blanda, respectivamente, mientras que entre los perredistas se registran 36 y 34 por ciento, también respectivamente por intensidad.

En otros contrastes similares de autopercepción, los panistas duros son quienes más se ven a sí mismos como personas a las que les “gusta pasársela bien y consentirse” (30 por ciento), mientras que los perredistas blandos son quienes menos coinciden con esa descripción (con 16 por ciento). Esos dos mismos grupos de partidistas marcan los extremos en otros tipos de autodescripción de sí mismos que resultan muy interesantes. El primero tiene que ver con el grado en que las personas se someten a las expectativas o normas de conducta social. La proporción de panistas duros que dice parecerse mucho a alguien que trata de “comportarse de manera apropiada, evitando hacer cosas que la gente vea mal” es de 30 por ciento, frente a 20 por ciento de los perredistas blandos, que suele autodefinirse así. La encuesta también arroja una marcada división entre esos dos mismos grupos de partidarios en cuanto al apego a las tradiciones: mientras que 42 por ciento de los panistas duros dice parecerse mucho a una persona que “sigue las tradiciones y costumbres que le fueron inculcadas por su religión o familia”, el porcentaje entre los perredistas blandos que se auto perciben de esa manera se reduce a 30 por ciento. Todas estas diferencias entre grupos partidistas denotan no sólo el peso de esa identidad política en las formas de ver la vida y de verse a sí mismos, sino que es probable que también sean un reflejo de las características sociales y las experiencias formativas de las personas.

Los primeros estudios sobre la identificación partidista realizados en los años sesenta sugerían que esa actitud política suele ser transmitida de padres a hijos en contextos sociales específicos y que dicha identificación solía perdurar durante el transcurso de la vida política del individuo. Más recientemente, Miller y Shanks (1996) notaron que el sentido de estabilidad y persistencia del partidismo en el largo plazo se hizo muy visible con la realización de los estudios tipo panel de 1956-1958-1960 y, posteriormente, el de 1972-1974-1976. Según esos autores, los estudios panel demostraron que la intensidad de la identificación partidista podía ser sensible a influencias electorales de corto plazo, como lo indicó Fiorina (1984) en los años ochenta, pero que era muy raro que los individuos cruzaran las líneas de identificación política, aunque pudiesen observarse patrones de cambio en el voto de un candidato republicano a uno demócrata y viceversa (Miller y Shanks, 1996: 118).

La persistencia del partidismo es notable si se considera que la política suele generar un menor interés y atención cotidiana para las perso-

nas que otros temas. Aunque la identificación partidaria puede, en algunos casos, resultar menos importante que otros referentes de identificación social, como la etnia, la clase social, la religión, la región de residencia y el género (Green, Palmquist y Schickler, 2002). No obstante, su influencia no puede ser ignorada cuando se habla de la política. La identificación partidista es un sentido de adhesión psicológica hacia un grupo o partido político y, como se vio en el capítulo anterior, su efecto en otras actitudes políticas y en la conducta electoral es muy fuerte. A su vez, dicha adhesión psicológica está vinculada con ciertos rasgos sociales que definen al “yo” partidario. Con el propósito de mostrar cuáles son las características sociales más fuertemente asociadas con el partidismo en México y cómo éstas definen un perfil político del electorado mexicano, debemos preguntarnos lo siguiente: ¿quiénes son los priístas, quiénes los panistas y quiénes los perredistas? Y, dentro de cada una de estas categorías partidarias, ¿en qué se diferencian los partidistas duros de los blandos y, a su vez, éstos de los independientes? Veamos primero algunos patrones de forma descriptiva, para luego pasar a un análisis más complejo del partidismo en el país.

En el año 2000 el sentido de identificación partidista en México dio muestras de estar asociado con otros referentes sociales, como la afinidad religiosa, la autodescripción étnica y la autopercepción por clase social. En el caso de la relación entre partidismo y religión, la asociación era más bien moderada, quizás porque la gran mayoría de los mexicanos se autodescribe como una persona religiosa y porque la gran mayoría es católica. Sin embargo, hay algunas diferencias que se pueden destacar. Los datos recopilados en México, en febrero del año 2000, como parte de la Encuesta Mundial de Valores, mostraban que los perredistas duros y el segmento de electores independientes eran comparativamente menos religiosos que el resto de los partidistas e incluso que los apolíticos. Curiosamente, los perredistas blandos se consideraban más religiosos, con diferencias leves por encima del total de los panistas y de los priístas. De esa forma, el PRD parecía tener una fuerte división interna en términos de la afinidad religiosa de sus seguidores. Por su parte, los panistas duros eran los más católicos entre los partidistas, pero también los que más pertenecían a otras religiones. El nivel de religiosidad era, en ese sentido, más notable entre los panistas. En general, el grado de asociación entre la identificación partidista y si el individuo se considera o no religioso, representado por el coeficiente de contingencia para variables con escala nominal, era de .46, mientras

que el mismo indicador para la relación entre la identificación partidista y la pertenencia a algún grupo religioso era de .25, ambos estadísticamente significativos.

En el caso de la relación entre partidismo y la autopercepción étnico-cultural de los entrevistados, el coeficiente de contingencia observado en el 2000 era de .24, estadísticamente significativo. Según la encuesta de valores realizada en ese año, 71 por ciento de los mexicanos se identificaba principalmente con su nacionalidad antes que con cualquier grupo étnico, aunque 10 por ciento se describió como indígena. Esa identidad indígena parecía tener un vínculo con la intensidad del partidismo. Los partidistas duros de cualquiera de los tres principales partidos políticos se veían a sí mismos como indígenas en mayor proporción que los partidistas blandos y que los independientes. En particular, los priístas duros destacaban en autodenominarse indígenas, con 46 por ciento, seguidos por los perredistas duros, con 14 por ciento.

La asociación entre partidismo y clasificación étnica por observación, según la tonalidad de la piel, resultó incluso más fuerte que la relación entre partidismo y la autodefinition étnica descrita en el párrafo anterior. El grado de asociación medido por el coeficiente de contingencia en este caso fue de .27 (estadísticamente significativo). Los panistas en su conjunto se codificaron por observación con la mayor parte de mexicanos “blancos” o “morenos claros”, ligeramente por encima de los priístas y de los perredistas, en ese orden. En contraste, los perredistas son los que más se clasificaron como “morenos oscuros”, seguidos de los apolíticos y de los priístas. Las medidas codificadas por observación pueden resultar menos confiables, debido a la dificultad y la subjetividad de la codificación con base en los tonos de piel observados. Sin embargo, la evidencia aquí presentada apunta hacia la posibilidad de que haya importantes contrastes étnicos en las bases sociales del partidismo mexicano.

En lo que respecta a cómo se relacionan la identificación partidista y la clase social, en el 2000 resultó un grado de asociación significativo de .27, similar al observado entre el partidismo y el tono de la piel. En su conjunto, los panistas se identificaban más como de clase media, mientras que los perredistas duros eran más probables a considerarse como clase obrera y los priístas como clase baja, igual que los apolíticos. Por lo descrito en el capítulo anterior, relativo a la posible realineación partidaria observada entre 2000 y 2006, es probable que esta relación entre identificación de clase y partidismo haya cambiado.

LOS DETERMINANTES SOCIALES E IDEOLÓGICOS DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA EN 2000

¿Cuáles eran los principales determinantes sociales de las orientaciones partidarias en el marco de la elección presidencial de 2000? ¿Esos determinantes han permanecido como tales o han cambiado? Para responder a estas preguntas se han llevado a cabo análisis estadísticos en los que la identificación partidista se utiliza como variable dependiente con base en las encuestas preelectorales realizadas en el año 2000, y posteriormente con las encuestas realizadas entre 2001 y 2007. En esta sección se resume el análisis de 2000 y en la siguiente se desarrolla un análisis mucho más comprensivo de los años posteriores. El análisis de 2000 se basó en siete encuestas nacionales preelectorales realizadas durante las campañas presidenciales de ese año, entre enero y junio, comprendiendo un total de 10,340 entrevistas. La conclusión general a la que se llegó entonces era que, ciertamente, los panistas se diferenciaban de manera sustancial de los priístas y de los perredistas y, a su vez, éstos últimos se diferencian entre sí dependiendo de la intensidad de su afinidad política. Pero, ¿en qué consisten esas diferencias?

El planteamiento de un modelo estadístico de regresión logística multinomial, en donde se explicaba la identificación partidista en el año 2000, arrojó resultados que ayudaron a entender la naturaleza del partidismo en ese año. En dicho modelo, la variable dependiente era el partidismo en sus distintas categorías de dirección e intensidad y, como base de comparación, se definió a los electores no partidarios, categoría que incluía a los independientes y a los apolíticos. Como variables independientes se utilizaron el sexo, la edad, la escolaridad, el ingreso, la autoubicación en una escala de izquierda-derecha, la religiosidad, el grado de exposición a noticias provenientes de los distintos medios, la región del país y el tipo de localidad donde vivía el encuestado, ya sea urbana o rural.

De acuerdo con los resultados del modelo, en 2000 el sexo del entrevistado tuvo poco poder explicativo en la identificación partidista, solamente resultando en una relación estadísticamente significativa con la afinidad con el PRD: los hombres era más probable que se consideraran perredistas que las mujeres. Por el contrario, en la variable edad se observaron algunos efectos más importantes. Primero, se observó una relación directa entre la edad y la intensidad del partidismo, en especial con la afinidad priísta fuerte, aunque el perredismo duro también resultó estar estrecha-

mente ligado a los electores de mayor edad. Estos resultados indicaban que, en general, el partidismo fuerte era más común entre los electores de mayor edad, mientras que el partidismo débil se apreciaba más entre los electores jóvenes. A su vez, la edad tenía una relación negativa y significativa con la identificación panista, en particular con el panismo blando, que era más común entre los jóvenes que entre los mayores, aunque el panismo duro no se veía fuertemente influido por la edad. En suma, el retrato de las identidades políticas en el 2000, representadas por el partidismo, mostraban un patrón generacional en el cual el priísmo era más común entre los electores de mayor edad, mientras que en el panismo débil sucedía lo mismo entre los jóvenes.

Por su parte, la escolaridad resultaba significativa, en un sentido negativo, en los casos del priísmo y del perredismo. Los priístas y los perredistas, tanto duros como blandos, tenían menores niveles de escolaridad que los independientes. Sin embargo, la variable escolaridad no era relevante para explicar el panismo. Esto significa que en el año 2000 el PAN tenía distribuidos a sus seguidores más o menos en todos los niveles de estudios. Por otra parte, el nivel de ingreso sí estaba más estrechamente asociado con el panismo, sobre todo el duro. Entre mayor era el nivel de ingreso de los entrevistados, más probable era la identificación fuerte con el PAN. Esto daba elementos adicionales para establecer la relación entre la identificación subjetiva con la clase media y el panismo descrito en el apartado anterior. En este caso, los resultados del modelo estadístico mostraban una asociación empírica entre una medida objetiva, el nivel de ingreso, y la afinidad con el partido fundado por Manuel Gómez Morín. El nivel de ingreso estaba asociado de manera moderada al priísmo y al perredismo en un sentido inverso, lo que indica que los priístas y los perredistas era probable que se encontraran en los estratos de ingresos bajos. Sin embargo, esta asociación no era estadísticamente significativa.

En el modelo desarrollado para la elección del 2000 también se encontró una significativa asociación entre las posturas ideológicas y la identificación partidista. La autoubicación de los encuestados en una escala de izquierda-derecha era una de las variables más importantes para explicar el partidismo, en particular el del PRI y el del PRD. De acuerdo con los resultados, el perfil ideológico de los partidistas era el siguiente: los priístas eran más probables que se ubicaran a la derecha del espectro político, los panistas más en las posiciones de centro y centro-derecha –aunque más adelante se verá que Vicente Fox tuvo apoyo en casi todo el espectro ideo-

lógico— y los perredistas predominaban en las posiciones de izquierda y centro-izquierda. Esta caracterización ideológica tiene, por supuesto, implicaciones importantes en la naturaleza de la competencia de los partidos mexicanos, como se verá con detalle en el capítulo v. Por lo pronto, este retrato ideológico del electorado mexicano tenía una peculiaridad. Si bien era más probable que se observara el perredismo entre los electores de izquierda y el priísmo entre los de derecha, el panismo era más común a lo largo de la mayor parte del espectro ideológico en ese año. Dadas las orientaciones ideológicas de sus electores durante los años noventa, y en particular en 2000, el PAN electoralmente se caracterizó como un partido *catch-all*, es decir, sin un nicho ideológico definido, sino que cubría prácticamente distintos perfiles ideológicos del electorado (ver Magaloni y Moreno, 2003). Esa caracterización se había observado en análisis previos del voto (Moreno, 1998, 1999b), pero los datos presentados en este capítulo se enfocan en la identificación partidista, más que en el voto como tal, lo que permite una observación más nítida de la relación entre ideología y las orientaciones partidarias en el país. En el capítulo v se volverá a analizar la relación entre ideología y voto, pero el análisis hasta aquí mostrado es que los partidistas mexicanos efectivamente tienen una fuerte orientación ideológica.

La asociación entre ideología y partidismo nos obliga a preguntarnos cuáles son los contenidos predominantes de las posturas ideológicas de izquierda y derecha en México, qué dimensiones políticas se representan en el eje izquierda-derecha, qué entienden los electores por estos términos, y cómo han cambiado sus significados durante el periodo de aumento de la competencia electoral en el país. Trabajos de investigación previos a la elección de 2000 mostraron que el contenido de izquierda y derecha durante los años noventa reflejaban principalmente una división política entre gobierno y oposición, entre democracia y autoritarismo; aunque también se vislumbraba una creciente importancia de temas sociales y morales a los que se etiquetó como dimensión liberal-fundamentalista (Moreno, 1999a, 1999b). Aunque el perfil ideológico de los electores partidistas mexicanos se podía describir como un PRD de izquierda, un PRI de derecha y un PAN *catch-all* que, en promedio, se ubicaba en el centro del eje ideológico, los líderes y las elites partidarias solían tener posiciones distintas, con el PRD a la izquierda, el PRI al centro y el PAN a la derecha (Moreno y Zechmeister, 2002). La elección de 2006, sin embargo, mostró una faceta del eje izquierda-derecha guía-

da por el conflicto socioeconómico típico de Estado *versus* mercado, lo cual provocó no solamente una redefinición del espacio de competencia electoral en el país, sino también una vuelta a la coincidencia entre posturas de elites y de masas. Pero a este tema volveremos con más detalle en los capítulos v y ix.

Los resultados del análisis del partidismo en 2000 además mostraron que en la distribución de las afinidades partidarias también había un componente geográfico importante. En 2000, el priísmo resultó ser más fuerte en el norte que en el centro del país, región que se utilizó como base de comparación al ser la categoría omitida en el análisis de regresión logística multinomial. El priísmo blando también era más común en la región centro-occidente. Por su parte, el panismo era más probable de observarse en las regiones norte y centro-occidente, que incluye el Bajío, y menos probable en el sur del país. El perredismo era más común en el centro, en donde se ubica la Ciudad de México, pero era significativamente menos común en el norte y en el centro-occidente del país, en donde precisamente el PAN y el PRI tienen un mayor sentido de arraigo entre el electorado. Estos rasgos regionales del partidismo en 2000, pero nublados por la amplia coalición de votantes con la que Fox contó a lo largo y ancho del país, se hicieron mucho más visibles en los patrones de voto para presidente en 2006, cuando Felipe Calderón ganó en las regiones norte y centro-occidente, y López Obrador en las regiones centro y sur, dividiendo a la mayor parte del territorio nacional en dos regiones casi simétricamente coloreadas en azul y amarillo, los tonos utilizados por el PAN y el PRD. Finalmente, los efectos resultantes de la variable urbana-rural indicaban que el PRI tenía una fuerte base de apoyo en las localidades rurales, así como también el perredismo duro, mientras que el panismo, particularmente el fuerte, era más común en las ciudades. La conclusión parcial que se dio es que la identificación partidista estaba floreciendo de formas distintas según la tierra: en el campo se daba más el priísmo, mientras que en la carpeta asfáltica urbana el panismo.

Como puede apreciarse, la identificación partidista en México no se forma en un vacío social, sino que refleja o se vincula con otros referentes de identidad. En 2000, los vínculos entre partidismo y varias variables de carácter social resultaron estadísticamente significativos. ¿Se han mantenido esas relaciones? Los datos recopilados entre 2001 y 2007 permiten ahondar en el reexamen de los referentes sociales de la identificación partidista en el país.

PERFIL DE LOS PARTIDISMOS EN EL PERIODO 2001-2007

En esta sección se hace un análisis descriptivo de la identificación partidista observada en México en el periodo 2001-2007. Se basa en la agregación de 26 encuestas nacionales realizadas trimestralmente por el diario *Reforma* en esos años, comprendiendo un total 38,473 entrevistas, casi cuatro veces más que el análisis de 2000 presentado en la sección previa. La agregación de todas estas encuestas conlleva un propósito y se guía por un supuesto. El propósito es hacer la mayor segmentación posible de los datos a subgrupos estadísticamente significativos, de manera que se añada riqueza al análisis de los partidismos mexicanos. El supuesto es que la agregación de esos ocho años implica un análisis estático, es decir, que supone estabilidad, y deja de lado el componente dinámico de las transformaciones en las identidades partidarias descritas en el capítulo anterior. Esta salvedad tendrá solución al comparar, más adelante, las composiciones partidarias de los votantes de 2000 con los de 2006.

La lógica de la revisión analítica en esta sección es la siguiente: se utilizan diez variables organizadas en pares más o menos equivalentes por su naturaleza sociodemográfica o ideológica. En primer lugar se observan los patrones de partidismo por sexo y edad. Inmediatamente después se hace una descripción por región y por localidad urbana o rural. En tercer lugar se consideran los partidismos por niveles de ingreso y escolaridad. Posteriormente se hace una segmentación por grupo religioso y religiosidad, entendida ésta como la frecuencia con la que los entrevistados reportaron asistir a la iglesia. Y, finalmente, la distribución partidaria en el país se vincula con las posturas de izquierda, centro y derecha (así como con el segmento de mexicanos que no se ubica en la escala ideológica) y, a su vez, esta vinculación se observa de acuerdo con el nivel de información de las personas, agrupándolas en mayormente informados y menos informados. Los cuadros 10 a 14 muestran todos los datos de acuerdo con estos criterios. En la siguiente sección se retomarán todas las variables para replicar el modelo de regresión logística multinomial previamente desarrollado para entender el partidismo en el año 2000, pero ahora con la serie de datos de 2001 a 2007.

Enfoquémonos, en primer lugar, en los patrones de partidismo según el sexo y la edad de los electores en el país. Con base en la información presentada en el cuadro 10, una vez más se confirma la relación entre la edad y la intensidad de la identificación partidista descrita en secciones

Cuadro 10
Identificación partidista por sexo y edad, 2001-2007

	<i>Hombres</i>			<i>Mujeres</i>		
	<i>18-29 años</i> %	<i>30-49 años</i> %	<i>50 o más años</i> %	<i>18-29 años</i> %	<i>30-49 años</i> %	<i>50 o más años</i> %
Muy partidista	17	23	31	18	22	29
Algo partidista	43	38	35	44	40	35
Independiente	36	35	29	35	34	29
Apolítico	3	4	5	3	4	7
<i>Total de panistas</i>	26	25	24	27	25	25
Muy panista	7	8	10	7	8	10
Algo panista	19	17	14	20	17	15
<i>Total de priistas</i>	21	22	27	22	24	27
Muy priista	7	10	15	8	10	14
Algo priista	14	12	12	14	14	13
<i>Total de perredistas</i>	13	13	15	13	11	11
Muy perredista	3	4	6	3	3	4
Algo perredista	10	9	9	10	8	7
Porcentaje de casos con respecto al total de la muestra	17	20	12	18	22	11

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007 (n = 38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales). Las proporciones de hombres y mujeres son 49.7 por ciento y 50.3 por ciento, respectivamente; mientras que las de edades son: 34 por ciento de 18 a 29 años, 42 por ciento los de 30 a 49 años, y 24 por ciento el grupo de 50 años o más.

anteriores del libro. La proporción de electores muy partidistas tiende a ser más alta en la categoría de mayor edad (50 años o más) que en la de los jóvenes (de 18 a 29 años). Por el contrario, suele ser más probable que los partidistas blandos y los electores independientes se encuentren en la categoría más joven de edad. En el caso de los hombres, el 17 por ciento de los electores entre 18 y 29 años dijo ser muy partidista, proporción que aumenta a 23 por ciento entre los hombres de 30 a 49 años y hasta 31 por ciento entre los que tienen 50 años o más. La diferencia en partidismo duro es de 14 puntos porcentuales entre la categoría de edad madura y la de jóvenes para el subgrupo de varones. Entre las mujeres, la relación entre partidismo fuerte y la edad también es positiva, de manera que se observa una proporción de partidistas fuertes en el grupo de mayor edad que en el de edad intermedia y, por consiguiente, que en el de menor edad. No obstante, el vínculo entre edad y partidismo fuerte es ligeramente me-

nos marcado entre las mujeres que entre los hombres, como se observa en el hecho de que la diferencia en proporción de partidismo duro entre la categoría de mayor edad y la de menor edad es de 11 puntos porcentuales, tres puntos menos que la observada entre los hombres.

Los patrones de partidismo por sexo y edad, considerando ahora no solamente la intensidad de la afinidad partidaria, sino también la dirección, es decir, con cuál partido político se identifican los encuestados, muestra varios aspectos de sumo interés. Un primer aspecto observado, tanto entre los hombres como entre las mujeres, es que los panistas en su conjunto no evidencian tener una relación clara con la edad, pero esto se debe a que los panistas duros tienden a incrementarse ligeramente conforme aumenta la edad de los entrevistados, mientras que los panistas blandos suelen aumentar conforme disminuye la edad. En el agregado, estos efectos se cancelan, pero es importante destacar que los electores panistas más comprometidos con el partido suelen ser de mayor edad. En el caso del PRI se hace más evidente una asociación positiva con la edad, ya que el priísmo aumenta conforme la edad del entrevistado es mayor, tanto entre hombres como entre mujeres. Esto se debe principalmente al subgrupo de los priístas duros, quienes son más comunes entre el electorado de mayor edad, ya que el priísmo blando no muestra una relación importante con la edad. Finalmente, entre los perredistas se notan diferencias de género y edad, aunque muy tenues. El perredismo es ligeramente más común entre los hombres mayores de 50 años y entre las mujeres menores de 30. Las diferencias, sin embargo, no son muy significativas. Si acaso, el perredismo duro está más claramente arraigado en el grupo de hombres de 50 años o más.

Veamos ahora el cuadro 11 para analizar los patrones de partidismo por región y tipo de localidad urbana y rural. Un primer punto que se deriva de estos datos es que los partidistas duros son más comunes en el norte y en el sur de país, tanto en las concentraciones urbanas como en el México rural. En un sentido opuesto, las zonas centro y centro-occidente del país tienen proporciones ligeramente más altas de partidistas blandos. Este es un hallazgo que no se había reportado en investigaciones previas y que evidencia cierta polarización regional en términos del partidismo más fuerte. Por su parte, la proporción de electores independientes se distribuye de manera más o menos equitativa en las zonas urbanas de las cuatro regiones consideradas, pero es notablemente menos significativa en las zonas rurales del sur del país.

Cuadro 11
Identificación partidista por localidad urbana-rural y región del país, 2001-2007

	Urbana				Rural			
	Norte %	Centro- Occidente %	Centro %	Sur %	Norte %	Centro- Occidente %	Centro %	Sur %
Muy partidista	24	21	18	23	27	24	22	29
Algo partidista	36	40	42	37	37	39	45	41
Independiente	35	36	37	35	31	32	28	23
Apolítico	4	3	3	5	5	4	5	7
<i>Total de panistas</i>	28	34	22	23	26	29	24	20
Muy panista	10	12	6	7	9	10	6	7
Algo panista	18	22	16	16	17	19	18	13
<i>Total de priistas</i>	26	19	17	24	32	25	29	35
Muy priista	12	8	7	11	16	11	12	17
Algo priista	14	11	10	13	16	14	17	18
<i>Total de perredistas</i>	6	8	21	13	6	10	14	15
Muy perredista	2	2	6	4	2	4	4	5
Algo perredista	4	6	15	9	4	6	10	10
Porcentaje de casos con respecto al total de la muestra	20	13	26	12	6	6	6	11

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2004 y mayo de 2007 (n=38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales). Las proporciones urbana y rural son 71 por ciento y 29 por ciento, respectivamente. Los estados que componen las cuatro regiones que se utilizan en este análisis, y en el libro en general, son las siguientes: *Norte*: Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Zacatecas. *Centro-occidente*: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro. *Centro*: Distrito Federal, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. *Sur*: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán. Las proporciones de las regiones son: 25 por ciento en el norte, 20 por ciento en el centro-occidente, 33 por ciento en el centro y 22 por ciento en el sur.

Al enfocarnos en los patrones de partidismo de cada uno de los tres partidos políticos principales, es notable que el panismo tiene su suelo más fértil en las zonas urbanas de la región centro-occidente del país, y sus territorios menos favorables, a decir de las proporciones observadas de panistas, en las regiones urbanas del centro y en las rurales del sur. Por su parte, el priísmo es más común en el norte y sur del país, y proporcionalmente aún más en el campo que en las ciudades de ambas regiones. Esta es, sin duda, una composición singular de las identificaciones con el PRI, ya que el electorado del norte es cualitativamente distinto al del sur, en particular en el campo, en donde se registra una menor población indígena, más

alfabetizada, y con tipos de producción agrícola distintos. Por último, en el caso del PRD es muy evidente que su mejor zona del país la constituyen los centros urbanos de la región centro, incluida la Ciudad de México. Aunque con menos presencia que en el centro, la identificación de los electores con el perredismo también es importante en el sur del país, pero ciertamente más en las zonas rurales que en las urbanas. Aunque el de la Revolución Democrática parece ser el partido cuyos seguidores se concentran más, regionalmente hablando, en las ciudades del centro, su peso en escala nacional se explica porque la población urbana concentrada en esa región representa una cuarta parte del electorado de todo el país, con 26 por ciento, según las encuestas mostradas en el cuadro 9. En contraste, la concentración de panistas en la zona urbana de la región centrooccidente solamente representa un tercio del total del electorado nacional (43 por ciento). El peso del panismo ha tenido que expandirse geográficamente para equilibrar esa que fue una de las concentraciones regionales históricas, la zona del Bajío. (Para una descripción acerca de cómo el panismo ha sido históricamente fuerte en la región del Bajío, ver la investigación de Gómez Morín, 2008.) Por su parte, el PRI, a pesar de haber perdido una proporción importante de seguidores en los últimos años, se ve distribuido de manera equilibrada a lo largo y ancho del país, teniendo una presencia nacional que, no obstante, ha comenzado a pesar más en el campo que en la ciudad.

Veamos ahora los patrones de partidismo por escolaridad y por nivel de ingreso, indicadores que suelen utilizarse para determinar la clase social a la que pertenecen las personas. La escolaridad se clasificó en tres categorías: básica, media y superior, que constituyen 34 por ciento, 47 y 19 por ciento del total de la muestra analizada, respectivamente. Por su parte, el nivel de ingreso se dividió en dos grupos: aquellos entrevistados que reportaron un ingreso familiar mensual de hasta 6,500 pesos (que comprende 75 por ciento del total de las entrevistas) y los que reportaron un nivel de ingreso mensual mayor a esa cantidad (correspondiente al restante 25 por ciento). Este umbral de 6,500 pesos es equivalente, aproximadamente, a unos 590 o 600 dólares (en tanto el tipo de cambio fluctuó en alrededor de 11 pesos por dólar durante el periodo examinado). Desafortunadamente, y como suele ser el caso en las encuestas cuando indagan acerca del ingreso de las personas, casi una quinta parte de los entrevistados no reportó su nivel de ingreso, por lo que han quedado excluidos de este análisis. Los datos de partidismo segmentados por estas dos variables se muestran en el cuadro 12.

Los partidismos duros suelen observarse, en mayor proporción, en la categoría de escolaridad baja y tienden a reducirse en la de escolaridad superior. Esto significa que la relación entre la escolaridad y la intensidad del

Cuadro 12
Identificación partidista por nivel de ingreso y escolaridad, 2001-2007

	<i>Hasta 6,500 pesos familiar mensual</i>			<i>Más de 6,500 pesos familiar mensual</i>		
	<i>Básica %</i>	<i>Media %</i>	<i>Superior %</i>	<i>Básica %</i>	<i>Media %</i>	<i>Superior %</i>
Muy partidista	29	20	15	26	20	19
Algo partidista	41	42	35	39	42	37
Independiente	24	35	45	29	35	42
Apolítico	5	3	3	5	3	2
<i>Total de panistas</i>	26	26	21	29	31	27
Muy panista	9	8	6	12	9	8
Algo panista	17	18	15	17	22	19
<i>Total de priistas</i>	31	22	16	27	20	16
Muy priista	15	8	6	12	8	7
Algo priista	16	14	10	15	12	9
<i>Total de perredistas</i>	14	14	13	10	12	13
Muy perredista	5	4	3	3	3	4
Algo perredista	9	10	10	7	9	9
Porcentaje de casos con respecto al total de la muestra	32	36	7	2	11	12

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007 (n = 38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales). Las proporciones de ingreso son hasta 6,500 pesos y más de 6,500 pesos son 75 y 25 por ciento, respectivamente (20 por ciento de los encuestados no reportó su ingreso familiar mensual). Las proporciones por escolaridad son: 38 por ciento básica (incluye entrevistados sin estudios), 44 por ciento media, 18 por ciento superior (incluye universidad sin terminar).

partidismo que se registró en el año 2000 se pudo observar de nuevo a lo largo del periodo 2001-2007. Algunos académicos, guiados por la teoría de la modernización, han tenido la expectativa de que un aumento en la escolaridad de los ciudadanos debería ir conectada con su secularización partidaria, la que a su vez provoca una desalineación con los partidos políticos (Dalton, 1984). En México, ciertamente el partidismo, y en especial el fuerte, es mayor entre los electores de menor escolaridad y se reduce entre los de más escolaridad. Por consiguiente, es más probable que los electores independientes estén presentes en los segmentos de mayor escolaridad en México, lo cual se sostiene bien con base en los datos ofrecidos en el cuadro 12. Entre los electores de ingreso bajo, la proporción de independientes representa 24 por ciento del nivel de escolaridad básica, 35 por ciento en el de media y 45 por ciento en el grupo de escolaridad superior. Esta misma

relación, aunque ligeramente más moderada, se observa entre los electores que reportaron un ingreso mayor a los 6,500 pesos mensuales.

¿Cuáles son los patrones de identificación panista, priísta y perredista en los subgrupos de escolaridad e ingreso? En el primer caso se observan proporciones más nutridas de seguidores en el subgrupo con un nivel de ingresos medio alto que en el de ingresos bajos y medio bajos. Esto confirma lo que se había observado en el año 2000, relativo a que el panismo suele tener una afinidad política más común entre las clases medias del país. La mayor proporción de panistas se observa en el segmento de escolaridad media e ingreso medio alto (con 31 por ciento), mientras que la menor proporción de panistas se da entre los electores de escolaridad superior con un nivel de ingresos igual o menor a los 6,500 pesos mensuales (con 21 por ciento). Por su parte, los nichos más favorables al PRI son los de nivel de escolaridad bajo para ambos niveles de ingreso, pero en particular en el subgrupo de ingresos bajos (en donde se registra 31 por ciento de priístas). El perredismo se distribuye de manera más o menos equitativa entre los tres grupos de escolaridad, lo que indica que el efecto de esa variable en la afinidad con el partido del sol azteca es moderado, por no decir nulo. No obstante, la serie de encuestas realizadas en el transcurso de 2004 a 2007 muestra que el perredismo es ligeramente más común en el estrato de ingresos medio bajo y bajo, que en el de ingresos medio y medio alto.

Ahora examinemos los patrones de identificación partidista según la religión y la frecuencia con la que los entrevistados reportaron asistir a servicios religiosos. Esta información se presenta en el cuadro 13. La religión incluye, en este caso, tres categorías generales de pertenencia a un grupo religioso: católico, cristiano no católico (que incluye diversas denominaciones cristianas y evangélicas) y sin religión. A su vez, la frecuencia de asistencia a la iglesia se agrupó en dos: quienes asisten a servicios religiosos por lo menos una vez a la semana, y quienes acuden a éstos con menor frecuencia o no suelen hacerlo. Lo que a primera vista se puede observar es que la intensidad del partidismo no muestra ninguna relación con el grupo religioso entre el electorado secular, es decir, entre los electores que asisten poco a la iglesia. Sin embargo, en el caso del electorado confesional o más religioso, se observan algunas diferencias entre católicos y cristianos no católicos. Si bien la proporción de partidistas duros es la misma en ambos grupos religiosos (25 por ciento en cada uno), los católicos muestran una mayor proporción de partidistas blandos, mientras que los cristianos no católicos tienen una mayor proporción de independientes.

Cuadro 13

Identificación partidista por asistencia a servicios religiosos y religión, 2001-2007

	<i>Al menos una vez por semana</i>			<i>Con menor frecuencia</i>		
	<i>Cristiano</i>		<i>Sin religión^a</i>	<i>Cristiano</i>		<i>Sin religión</i>
	<i>Católico</i>	<i>no católico</i>		<i>Católico</i>	<i>no católico</i>	
	%	%	%	%	%	%
Muy partidista	25	25	–	21	19	14
Algo partidista	41	36	–	41	41	32
Independiente	29	34	–	34	36	50
Apolítico	5	5	–	4	4	4
<i>Total de panistas</i>	29	21	–	25	20	16
Muy panista	10	6	–	7	5	4
Algo panista	19	15	–	18	15	11
<i>Total de priístas</i>	26	27	–	23	24	15
Muy priísta	12	14	–	9	10	4
Algo priísta	14	13	–	14	14	11
<i>Total de perredistas</i>	11	12	–	14	16	15
Muy perredista	3	4	–	4	5	4
Algo perredista	8	8	–	10	11	11
Porcentaje de casos con respecto al total de la muestra	42	6		42	2	6

^aLas celdas correspondientes a personas sin religión que asisten a servicios religiosos al menos una vez por semana no tienen casos suficientes para el análisis. Las proporciones de asistencia a servicios religiosos al menos una vez por semana o con menor frecuencia son 49 y 51 por ciento, respectivamente, y las de los grupos religiosos, 83 por ciento católico, 8 por ciento cristiano, no católico, 6 por ciento sin religión, y 3 por ciento otras religiones (no mostrada en el análisis).

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007 (n = 38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales).

Al desagregar la información por dirección de la afinidad partidaria se aprecia que la proporción de panistas es más alta entre los católicos que entre los no católicos, y llega a alcanzar hasta 29 por ciento entre los católicos devotos, es decir, los que asisten a la iglesia por lo menos una vez a la semana. En los casos del PRI y del PRD se vislumbran muy pocas diferencias en su distribución proporcional entre los grupos religiosos y el grado de religiosidad. Esto quiere decir que el panismo es la única forma de partidismo que se relaciona de manera significativa con las variables religiosas, siendo más común entre el electorado católico que asiste con frecuencia a la iglesia.

Finalmente, examinemos los patrones de partidismo según las posturas ideológicas de izquierda-derecha, pero, a diferencia del análisis

del año 2000, ahora añadiremos un elemento de información a esta relación, para observar si la relación entre la ideología y la identificación partidista se ve afectada cuando se distingue entre los electores más informados de los menos informados. Esto se deriva de la asociación que Converse (1964) señalaba entre información e ideología. Para definir el grado de información se construyó un índice de exposición a las noticias en televisión, radio, periódicos y relaciones personales. Por motivos de simplificación, dicho índice se agrupó en dos categorías: los más informados y los menos informados. Los resultados se muestran en el cuadro 14.

Cuadro 14
Identificación partidista por nivel de información y orientación ideológica,
2001-2007

	<i>Menos informados^a</i>				<i>Más informados^a</i>			
	<i>Izquierda</i> %	<i>Centro</i> %	<i>Derecha</i> %	<i>No sabe</i> %	<i>Izquierda</i> %	<i>Centro</i> %	<i>Derecha</i> %	<i>No sabe</i> %
Muy partidista	18	12	28	19	21	13	32	21
Algo partidista	44	42	47	31	39	38	42	28
Independiente	34	42	21	41	38	46	22	44
Apolítico	4	3	4	8	2	3	3	7
<i>Total de panistas</i>	19	23	30	19	15	19	37	21
Muy panista	4	4	10	6	4	4	15	8
Algo panista	15	19	20	13	11	15	22	13
<i>Total de priístas</i>	22	20	32	24	15	18	27	21
Muy priísta	8	6	15	11	6	6	14	10
Algo priísta	14	14	17	13	9	12	13	11
<i>Total de perredistas</i>	22	12	13	8	30	12	11	6
Muy perredista	7	2	4	3	11	2	4	2
Algo perredista	15	10	9	5	19	10	7	4
Porcentaje de casos con respecto al total de la muestra	6	10	19	13	7	14	22	8

^a El nivel de información se determinó con base a un índice compuesto de qué tanto el entrevistado sigue las noticias en televisión, radio, periódicos y a través de pláticas con la gente, el cual se agrupó en dos categorías para esta tabla. Las proporciones de menos y más informados son 49 por ciento y 51 por ciento, respectivamente, y las de categorías ideológicas, 13 por ciento de izquierda, 24 por ciento de centro, 41 por ciento de derecha, y 22 por ciento no se ubicó en la escala de izquierda y derecha (originalmente de 10 puntos).

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007 (n = 38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales).

El primer fenómeno relevante en este caso es que los electores partidistas fuertes suelen estar más polarizados en sus posturas de izquierda y derecha que los blandos, mientras que los independientes suelen ubicarse en mayor proporción en el centro del espectro político. Esto significa que hay una relación directa entre la polarización ideológica y la intensidad de la identificación partidista. Ese, sin embargo, no es un hallazgo derivado de las encuestas realizadas a partir de 2004, sino que se había señalado con base en una encuesta nacional realizada poco después de la elección federal de 1997 (ver Moreno, 1999b). Lo nuevo es que la relación entre la intensidad partidaria y la polarización ideológica se vuelve incluso más marcada entre los electores con mayor información que entre quienes están menos informados. De esta manera, la combinación de partidismo, ideología e información muestra que una proporción del electorado estaba fuertemente polarizada en el periodo 2004-2007. Esto es evidencia de que, si acaso la elección de 2006 puede ser vista como una elección polarizante, tal fenómeno ya venía observándose desde antes entre el electorado fuertemente partidista y, de manera más marcada, entre el electorado informado.

Para sustentar esto con los datos, quizás convenga reparar en los puntos donde se observa la polarización. Si se revisa el segmento de entrevistados más informados del cuadro 14, en el renglón de electores muy partidistas, las posturas de izquierda y derecha representan una mayor proporción que la opción de centro. Sin embargo, esta asimetría se desvanece entre los electores algo partidistas y se invierte entre los independientes, entre los cuales la categoría centrista supera en proporción a las de izquierda y derecha. Esto también se observa en el subgrupo de electores menos informados, aunque con diferencias ligeramente menos marcadas.

Pasemos ahora a observar los patrones de ideología e información en el caso de los panistas, los priistas y perredistas. Comenzando por los seguidores del PAN, su inclinación hacia la derecha del espectro político es notable, tanto entre los panistas fuertes como entre los débiles, y esta proclividad derechista se hace más notable entre el electorado informado que entre el desinformado. Este perfil ideológico del panismo contrasta con el que se observó en el año 2000, cuando ese grupo de afinidad partidaria se situaba más en el centro del espectro político. En efecto, y como se verá con mucho mayor detalle en el capítulo IV, la coalición del PAN se transformó ideológicamente durante el gobierno del presidente Fox, de una coalición centrista a una coalición predominantemente de derecha. Pero esto no sólo ha sido así entre los electores; también entre los cuadros de ese par-

tido político se han registrado transformaciones ideológicas en esa misma dirección, como se documenta en el capítulo IX.

En el caso de los priístas, se observa una distribución más o menos simétrica a lo largo del espectro ideológico, considerando sólo al electorado menos informado. Sin embargo, entre el más informado el priísmo se inclina mucho más claramente hacia la derecha. Pero la información no lo es todo para resultar en esa tendencia política del priísmo actual. Si se observa el subgrupo de priístas duros de baja información también hay una inclinación derechista, no tan marcada como la del panismo, pero finalmente propensa hacia ese lado del espectro político. En el caso de los perredistas, su proclividad hacia la izquierda es muy marcada, tanto entre los duros como entre los blandos, así como entre los informados y los desinformados (aunque con un poco más de claridad entre los primeros).

En resumen, estos datos documentan una fuerte relación entre partidismo e ideología, la cual se acentúa o debilita dependiendo del grado de información de los electores.

LOS DETERMINANTES SOCIALES E IDEOLÓGICOS DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA, 2001-2007

Hasta ahora se han revisado, de una manera descriptiva, las relaciones entre ciertas variables sociodemográficas, contextuales e ideológicas, y la identificación partidista. En esta sección se desarrolla un análisis multivariado que nos permite ver la influencia que tiene cada una de esas variables en el partidismo, en función del resto de las variables. El objetivo primordial de este análisis es establecer, de manera más contundente, un perfil social e ideológico de los partidistas, con base en los principales determinantes de su afinidad partidaria.

En el modelo estadístico que aquí se presenta se retoman las mismas variables mostradas en los cuadros 10 a 14, y se utilizan como variables independientes en el modelo. En algunos casos se emplea la variable tal cual fue presentada en su respectivo cuadro, aunque en otros se usó con una escala desagregada en lugar de su versión agrupada en dos o en tres categorías. Este último sería el caso de la información política, representada por un índice de exposición a medios de comunicación, así como la escala izquierda-derecha, representada por una escala ordinal. A su vez,

las variables de religión y religiosidad fueron combinadas en dos categorías, católicos devotos y cristianos devotos. Como ya se dijo, el grupo religioso no hacía mucha diferencia entre aquellos entrevistados que no asisten a la iglesia con frecuencia, pero sí se observaban diferencias entre aquellos que van a servicios religiosos por lo menos una vez a la semana, sugiriendo que las diferencias partidarias se observan en el electorado más confesional.

Al igual que en el análisis realizado con datos del 2000, y discutidos previamente en este mismo capítulo, el modelo empleado para analizar los datos de 2004 a 2007 se basa en estimaciones logísticas multivariadas, en las que se utiliza la identificación partidista como variable dependiente en cada una de sus modalidades de afinidad e intensidad partidaria. La categoría de no partidistas (incluidos los independientes y los apolíticos) sirve como base de comparación en el análisis. De esta manera, un coeficiente positivo indica una mayor probabilidad de tener la afinidad partidaria indicada en cada caso, en oposición a no tener una afinidad partidaria, mientras que un coeficiente negativo significa una mayor probabilidad de ser apartidista, en oposición a tener la afinidad partidaria indicada. Los resultados del análisis se muestran en el cuadro 15. Para facilitar la lectura de este cuadro, en lugar de presentarse el nivel de significación estadística para cada variable, éste se ha sustituido con un asterisco, el cual indica que el nivel de significación estadística es menor a .001. Debido a que los casos incluidos en el análisis superan los 28,000, no se pone atención a variables que arrojen un menor nivel de significación estadística a ese. Examinemos los resultados.

El panismo duro se relaciona de manera positiva y significativa con muchas de las variables mostradas en el cuadro 15. En orden de importancia, los principales determinantes de esta afinidad partidaria son la ideología, la región centro-occidente, el catolicismo devoto, la región norte y la región sur (en oposición a la región centro, que sirve como base de comparación), y, en menor medida, el ingreso. De acuerdo con estos resultados, los panistas duros son más probables entre el electorado de la derecha, el más informado, en el Bajío, entre los católicos que son frecuentes asistentes a la iglesia y, en menor medida, en el norte, en el sur y entre las clases medias. Por el contrario, la escolaridad se relaciona de manera negativa y muy significativa con el panismo duro, lo cual quiere decir que a mayor escolaridad mayor es la probabilidad de ser un elector independiente y menor la probabilidad de ser panista duro. Esto último, como se verá

en el resto del análisis, se aplica para todas las modalidades de partidismo analizadas, por lo que, para evitar redundancias, desde este momento podemos establecer que la escolaridad reduce las probabilidades de tener una afinidad partidaria y aumenta las probabilidades de ser apartidista o independiente (no se incluyó en el análisis la categoría de apolíticos, además de que, como se vio anteriormente, éstos suelen tener menores niveles de escolaridad que los independientes). Las variables sexo, edad, tipo de localidad rural-urbana y grupo religioso cristiano no católico, no tienen ningún efecto significativo en el partidismo duro.

Cuadro 15
Modelo multinomial explicativo de la identificación
partidista en México, 2001-2007

	<i>Muy partidista</i>								
	<i>PAN</i>		<i>PRI</i>		<i>PRD</i>				
	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>			
Intersección	-4.795	780.5	*	-2.774	326.0	*	-1.608	60.7	*
Sexo (1=Mujer)	-0.007	0.0		-0.103	5.5		-0.119	3.4	
Edad	0.115	11.6		0.216	47.3	*	0.267	34.6	*
Rural-Urbana	-0.193	11.6		-0.485	95.3	*	-0.312	17.8	*
Región Norte	0.473	55.2	*	0.504	74.4	*	-1.219	152.4	*
Centro-Occidente	0.548	69.2	*	-0.008	0.0		-0.890	85.1	*
Sur	0.246	11.8	*	0.508	68.1	*	-0.111	2.0	
Ingreso	0.197	10.8	*	0.037	0.4		-0.105	1.5	
Escolaridad	-0.410	103.5	*	-0.583	230.9	*	-0.473	74.9	*
Católicos Devotos	0.379	58.7	*	0.374	65.2	*	0.090	1.7	
Cristianos Devotos	-0.158	1.8		0.322	12.5	*	-0.053	0.1	
Exposición a Medios	0.082	84.4	*	0.034	17.2	*	0.097	66.2	*
Izquierda-Derecha	1.088	765.9	*	0.791	540.8	*	-0.140	10.8	*

	<i>Algo partidista</i>								
	<i>PAN</i>		<i>PRI</i>		<i>PRD</i>				
	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>			
Intersección	-1.472	154.4	*	-0.645	24.4	*	0.135	0.9	
Sexo (1 = Mujer)	-0.022	0.4		0.002	0.0		-0.159	12.7	*
Edad	-0.186	51.9	*	-0.155	30.2	*	-0.096	9.0	*
Rural-Urbana	-0.098	5.2		-0.332	53.8	*	0.042	0.6	
Región Norte	0.114	6.1		0.225	19.3	*	-1.194	323.1	*
Centro-Occidente	0.180	13.9	*	-0.081	2.0		-0.977	215.1	*
Sur	-0.023	0.2		0.237	18.9	*	-0.307	28.1	*

	<i>Algo partidista</i>					
	<i>PAN</i>		<i>PRI</i>		<i>PRD</i>	
	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>	<i>B</i>	<i>Wald</i>
Ingreso	0.201	20.5 *	-0.004	0.0	-0.037	0.4
Escolaridad	-0.303	100.5 *	-0.471	193.2 *	-0.365	90.6 *
Católicos Devotos	0.335	79.2 *	0.220	27.7 *	0.098	4.1
Cristianos Devotos	-0.075	0.8	-0.064	0.5	-0.170	2.5
Exposición a Medios	0.009	1.5	-0.003	0.2	0.013	2.2
Izquierda-Derecha	0.590	517.7 *	0.450	253.0 *	-0.057	3.6

Información de ajuste al modelo: -2 log de verosimilitud: 54846.896, Ji-cuadrada: 4749.93, significación: 0.000; Pseudo R-cuadrado: Cox y Snell 0.154, Nagelkerke 0.159. Notas: La categoría de referencia en la variable dependiente son los independientes. La categoría de referencia en la variable región es el "Centro". Los casos incluidos en el análisis son, con la variable ingreso: 28,334; y sin la variable ingreso: 36,439, en cuyo caso no se alteran los signos o niveles de significación de los coeficientes.

* $P < 0.001$ (Nivel de significación).

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007 (n total = 38,473, archivo fundido de 26 encuestas nacionales). Cálculos del autor.

Pasando a los determinantes del panismo blando, en orden de importancia podemos listar la ideología de derecha, el catolicismo devoto, el ingreso y la región centro-occidente del país, todas ellas influyendo en esta afinidad partidaria de una forma positiva, además de que la escolaridad y la edad también tienen efectos muy significativos, pero se relacionan de una manera negativa con el panismo blando. Esto último significa que es más probable que los electores algo panistas sean jóvenes. Ese es el caso también de los priístas y los perredistas blandos, por lo que la edad, como se había visto previamente en el capítulo, está relacionada de manera directa con la intensidad del partidismo mexicano: a mayor edad, el partidismo duro es mayor, mientras que a menor edad, el partidismo blando es más probable.

Los determinantes del priísmo duro son, en orden de importancia, la ideología de derecha (aunque con una menor intensidad de la que esta variable tiene en el panismo duro), el tipo de localidad rural, las regiones norte y sur, el electorado devoto o religioso, independientemente de si son católicos o no católicos, la edad (mostrando que el priísmo duro es mucho más probable entre los segmentos de mayor edad del electorado) y la información. El priísmo duro se relaciona negativamente con la escolaridad, como se había mencionado, pero es importante añadir que el efecto negativo de la escolaridad es más fuerte en este grupo de afinidad partidaria que en el resto. Esto significa que los priístas duros son el segmento de menor nivel educativo en el electorado mexicano (sin considerar a los apolíticos).

Por otra parte, el priísmo blando es más probable entre los electores con una orientación ideológica de derecha (aunque de forma más moderada que el priísmo duro), en las localidades rurales, entre los menos escolarizados, entre los católicos devotos (aunque ya no entre los cristianos), en las regiones norte y sur del país, y entre el electorado joven. Este análisis muestra que las modalidades de priísmo fuerte y débil son más comunes en el campo que en la ciudad, y que el priísmo en general está dividido geográficamente en el norte y en el sur del país, principalmente entre los electores de menor nivel educativo y generalmente religiosos.

Finalmente, los determinantes del perredismo duro mostrados en el cuadro 15 indican que esa afinidad política está significativamente influida por aspectos regionales (en el sentido de que su presencia es menor en el norte y el centro-occidente, en comparación con el centro del país), por la escolaridad (en el mismo sentido negativo que las otras afinidades políticas discutidas anteriormente), por el nivel de información, por la edad (mostrando un mayor arraigo entre el electorado de mayor edad), por el tipo de localidad (siendo más probable en el contexto rural) y por la ideología (siendo los perredistas duros más probables de tener orientaciones de izquierda). En apariencia, el efecto de la ideología en el perredismo muestra una menor intensidad que la que tiene en el resto de los grupos partidarios, pero esto, más que reflejar cierta debilidad de la variable ideológica en el perredismo, indica que sus seguidores han sido más cercanos ideológicamente a los independientes durante el periodo analizado, que los panistas o los priístas. Esto, de hecho, se confirma con los datos mexicanos de la Encuesta Mundial de Valores realizada en el año 2005, como veremos en el capítulo v.

En el caso del perredismo blando, las variables regionales también son los determinantes más importantes, seguidos por la escolaridad y, en este único caso de afinidad partidaria, por el sexo. Los perredistas blandos es más probable que sean hombres que mujeres, y es de notarse que en ningún otro caso de identificación partidista, dura o blanda, el sexo tiene un efecto significativo.

Si bien estos resultados nos permiten definir un perfil más específico de los grupos partidistas en México, la categoría remanente de los independientes solamente va tomando forma como una categoría opuesta a los partidismos. Enfoquémonos por un momento en los independientes. Para este propósito utilizaremos algunas variables que parecen definir a ese grupo de manera distintiva a los partidistas. Por un lado, sabemos que los independientes suelen ser más jóvenes que los partidistas duros, pero no

necesariamente más jóvenes que los partidistas blandos, en especial que los panistas, por lo que la edad no puede verse vista como un rasgo distintivo. Sin embargo, también sabemos que los independientes suelen tener niveles de escolaridad más altos y ser ideológicamente más moderados que los partidistas. Para confirmarlo, del modelo estadístico mostrado en el cuadro 15 se han derivado probabilidades de ser un elector independiente y se han tabulado de acuerdo con los subgrupos de escolaridad y orientación ideológica. Estos datos pueden apreciarse en el cuadro 16.

Cuadro 16
 Probabilidades de ser independiente (no partidista),
 por escolaridad y orientación ideológica, 2001-2007

<i>Escolaridad</i>	<i>Orientación ideológica</i>			
	<i>Izquierda</i>	<i>Centro</i>	<i>Derecha</i>	<i>Sin postura</i>
Básica	0.39	0.30	0.20	0.30
Media	0.48	0.39	0.27	0.40
Superior	0.57	0.48	0.35	0.49

Fuente: probabilidades derivadas del modelo multinomial mostrado en el cuadro 15 y promediadas para cada subgrupo de escolaridad y orientación ideológica. La probabilidad promedio de ser independiente para el total de la muestra es 0.34. Cálculos del autor.

Como generalidad, la probabilidad de ser un elector independiente aumenta con la escolaridad, pero la probabilidad suele ser significativamente más alta si se tiene una orientación política de izquierda que una de centro, y mucho más elevada que si se es de derecha. Esto quiere decir que los electores independientes no sólo suelen tener mayores niveles educativos, sino también inclinarse más hacia las posturas de izquierda que hacia las de derecha. Esto añade evidencia a lo discutido anteriormente acerca de por qué el factor ideológico tenía un poder explicativo menor en la identidad perredista (ya que se estaba comparando con los independientes). Combinando los efectos de la ideología y la escolaridad, la probabilidad más alta de ser un elector independiente se observa en el grupo de escolaridad superior con tendencia política de izquierda, en donde se registra .57. Esto quiere decir que en ese segmento de electores hay casi seis oportunidades en 10 de que el elector sea independiente, y cuatro en 10 de que sea partidista. En contraste, la probabilidad más baja de ser independiente se obser-

va en el segmento de escolaridad básica e ideología de derecha, en donde se registra .20. Esto significa que en ese segmento del electorado los independientes representan a uno de cada cinco electores, mientras que los partidistas representan cuatro de cada cinco. Esto deja en claro que el perfil de los independientes en el país es de nivel alto de escolaridad, pero que la ausencia de partidismo no implica ausencia de orientación ideológica. El electorado independiente, principalmente educado, suele ser de izquierda.

En resumen, en este capítulo se documentan los factores sociales, geográficos e ideológicos que subyacen al partidismo en México. La conclusión es que el partidismo es una actitud política fuertemente vinculada con otros factores de identidad social, en particular con la ideología, pero que también refleja el entorno del elector, como la región o el nivel socioeconómico. La pregunta ahora es saber si se trata de un rasgo estable o cambiante del votante, tema que se aborda en el siguiente capítulo.

Cuadro 17
Identificación partidista por escolaridad y región, 2001-2007

	<i>Región</i>			
	<i>Norte</i>	<i>Centro-Occidente</i>	<i>Centro</i>	<i>Sur</i>
Panista				
Escolaridad básica	0.29	0.35	0.24	0.23
Media	0.30	0.35	0.23	0.24
Superior	0.30	0.33	0.22	0.23
<i>Total</i>	<i>0.30</i>	<i>0.34</i>	<i>0.23</i>	<i>0.24</i>
Priista				
Escolaridad básica	0.36	0.27	0.27	0.38
Media	0.27	0.20	0.19	0.28
Superior	0.20	0.14	0.13	0.20
<i>Total</i>	<i>0.28</i>	<i>0.22</i>	<i>0.20</i>	<i>0.31</i>
Perredista				
Escolaridad básica	0.08	0.10	0.23	0.16
Media	0.07	0.09	0.22	0.15
Superior	0.06	0.08	0.19	0.14
<i>Total</i>	<i>0.07</i>	<i>0.09</i>	<i>0.22</i>	<i>0.15</i>
Independiente				
Escolaridad básica	0.28	0.28	0.26	0.23
Media	0.37	0.36	0.36	0.33
Superior	0.45	0.45	0.45	0.43
<i>Total</i>	<i>0.35</i>	<i>0.35</i>	<i>0.36</i>	<i>0.30</i>

Fuente: probabilidades derivadas del modelo multinomial mostrado en el cuadro 15 y promediadas para cada subgrupo. Cálculos del autor.

La identificación partidista: estabilidad y cambio

En los dos capítulos anteriores se revisaron, entre otros aspectos, la evolución del partidismo agregado de los mexicanos y los grupos sociales e ideológicos en donde son más comunes las principales afinidades partidarias en el país. Si bien ambos aspectos son cruciales para entender la dinámica del sistema mexicano de partidos, por un lado, e identificar los segmentos sociales que otorgan un apoyo relativamente estable a los grupo políticos, por otro, una pregunta que falta por responder es si la identificación partidista es efectivamente, como lo establece la teoría, un rasgo estable del votante o si se trata más bien de una actitud fluctuante y hasta caprichosa. En este capítulo se aborda la identificación partidista en escala estrictamente individual y se concluye que, en efecto, es uno de los rasgos más estables del elector en México.

Formalizando un poco más las preguntas que guían la discusión en este capítulo, ¿qué tan estable es la identificación partidista individual entre los electores mexicanos? ¿Qué factores, también individuales, explican los cambios en la identificación política de una persona? Para poder responder a estas preguntas es fundamental utilizar la de las encuestas tipo panel ya que éstas se realizan a un mismo universo de personas en más de una ocasión. Esto permite tener registro de los cambios de opinión y actitud a partir de las respuestas de la persona.

Cuando los autores del influyente libro *El votante americano*, Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller y Donald Stokes (1960) desarrollaron el concepto de identificación partidista en los años cincuenta, argumentaron que se trataba de la actitud política más estable de los estadounidenses. Según sus estimaciones, alrededor de 80 por ciento de sus encuestados decía haber mantenido una misma identificación con algún partido, mientras que 20 por ciento afirmaba haberla cambiado en algún

momento de su vida. Según los principales revisionistas del concepto, la creencia de que la identificación partidista era altamente estable no se cuestionó durante, por lo menos, 10 años, pero en realidad el grado de estabilidad era menor a lo que originalmente creían Campbell y sus colegas de la Universidad de Michigan. La razón por la que se había encontrado una estabilidad tan alta fue el uso de una pregunta que autorreportaba –y, por lo mismo, sobrerreportaba– la estabilidad de la identificación partidista. Con la introducción de los estudios tipo panel al análisis de las actitudes políticas, ya no fue necesario depender de las respuestas de una persona acerca de sus opiniones pasadas. El diseño panel permitía tener esas respuestas pasadas y cotejarlas con respuestas en levantamientos subsiguientes.

Una de las revisiones más importantes a la noción de estabilidad partidaria en escala individual fue la realizada por Morris Fiorina (1981), quien analizó este concepto a la luz de los dos estudios tipo panel que se realizaron en Estados Unidos en los años cincuenta y setenta. Fiorina argumentaba que en el estudio panel de 1956-58-60 realizado por el Centro de Investigación por Encuestas (SRC) de la Universidad de Michigan, la identificación partidista resultaba más fluctuante de lo que originalmente se pensó. En ese estudio panel, alrededor de 15 por ciento de los encuestados había cambiado de identificación partidista entre una encuesta y otra, las cuales estaban separadas por un periodo de dos años. Sin embargo, los cambios en la intensidad del partidismo llegaban hasta 45 por ciento. En el primer caso, Fiorina tomó en consideración una escala de sólo tres categorías (demócrata, independiente y republicano), mientras que en el segundo caso utilizó la escala de siete categorías (demócrata duro, demócrata blando, independiente inclinado a demócrata, independiente puro, independiente inclinado a republicano, republicano blando y republicano duro). Así, la inestabilidad que halló consideraba las fluctuaciones en la intensidad del partidismo como cambios. La inestabilidad se observaba en una persona que fortalecía o debilitaba su identificación partidista, aun y cuando continuase con su adhesión psicológica hacia el mismo partido. Porcentajes muy similares de cambio, tanto en la categoría partidaria como en su intensidad, también se encontraron en el estudio panel de 1972-74-76, realizado por el Centro de Estudios Políticos (CPS), también en la Universidad de Michigan.

Los cambios en la escala de identificación partidista tenían varias posibles explicaciones, pero una de ellas era de particular interés para Fiorina:

las evaluaciones retrospectivas. El argumento era que las evaluaciones políticas que los individuos hacen sobre el desempeño del gobierno (o el partido en el gobierno) influyen en la identificación partidista. Tal influencia se observaba en los movimientos en la escala de identificación e intensidad partidarias. Para Fiorina, las fluctuaciones en la intensidad eran importantes y las evaluaciones retrospectivas sí tenían un efecto en las variaciones de la escala. De acuerdo con ese autor, eventos críticos como la Gran Depresión por la que pasó Estados Unidos en los años treinta producen los cambios más notables en el equilibrio partidario, transformando las identificaciones políticas de los individuos, quienes suelen, en esos casos, trasladar su lealtad de un partido a otro. Pero las percepciones sobre el desempeño en periodos de mucha menor turbulencia política y económica pueden incluso generar las variaciones en la intensidad del partidismo, de fuerte a débil o viceversa. Una de las principales contribuciones teóricas de la revisión de Fiorina fue expandir la creencia de que la identificación partidista no era inmutable; sin embargo, sus conclusiones no desmintieron que la identificación partidista era, efectivamente, la actitud política individual más estable.

Siguiendo la amplia literatura sobre la estabilidad de la identificación partidista (Campbell *et al.*, 1960; Nie *et al.*, 1979; Converse, 1979; Fiorina, 1981; Franklin y Jackson, 1983; Miller, 1991; Green *et al.*, 2002), este capítulo está dedicado a evidenciar la naturaleza de ese fenómeno en México. Así, se intenta demostrar algunas de las principales características de la identificación partidista individual, a la luz de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Los resultados evidencian varios fenómenos relevantes.

Primero, el grado de estabilidad de las afinidades partidarias suele ser mayor que el de cambio, considerando la persistencia de identificación panista, priísta y perredista en su conjunto, y no tanto las fluctuaciones entre partidistas duros y blandos dentro de cada uno de esos subgrupos; sin embargo, la inestabilidad supera a la estabilidad cuando se consideran dichas fluctuaciones en la intensidad intrapartidaria. Sería de esperarse que un periodo de profundos cambios políticos esté acompañado de modificaciones notables en algunas de las actitudes políticas de los mexicanos. No obstante, la persistencia de las identidades partidarias es extraordinariamente marcada.

Segundo, la identificación partidista es la actitud política más estable de los mexicanos, al menos entre las actitudes que se han medido con los estudios tipo panel en 2000 y 2006. La estabilidad de la identificación partidista

ta individual se compara con las intenciones de voto, el interés en la política, la autoubicación ideológica de izquierda-derecha, las opiniones acerca de los partidos políticos, la aprobación presidencial y las evaluaciones económicas retrospectivas, entre otras. Ninguna de esas opiniones registra un nivel de estabilidad como el que se observa en la identificación partidista.

Tercero, las evaluaciones retrospectivas sí explican la identificación con un partido en un tiempo determinado, controlando por la identificación partidista en el tiempo previo, pero hay otros factores que contribuyen tanto o más que éstas para explicar tales variaciones. Además, algunas de las causas a las que las personas atribuyen su partidismo, como la tradición familiar, el liderazgo y la imagen del partido, están claramente asociadas con la persistencia de esa actitud política.

Finalmente, en la mayoría de los casos, el factor más importante que explica la identificación partidista en un tiempo determinado es la identificación partidista medida en el tiempo previo, lo cual evidencia la importancia del partidismo como un componente primario del conjunto de actitudes y valores políticos de los mexicanos. En otras palabras, la identificación partidista en México es la actitud más estable de las que se han medido en los estudios nacionales tipo panel. Éstos incluyen el Estudio Panel México 2000, realizado en cuatro rondas entre febrero y julio de ese año; un componente adicional realizado en 2002 al mismo grupo de participantes del panel 2000, con un intervalo de dos años de por medio; el Estudio Panel México 2006, que consistió de tres rondas realizadas entre octubre de 2005 y julio de 2006, y finalmente el componente mexicano de la tercera etapa del Proyecto de Elecciones Nacionales Comparadas, realizado con un diseño tipo panel de dos rondas, en junio y julio de 2006. A esta última investigación la identificaremos como CNEP-III México 2006.

Los análisis y detalles metodológicos de los estudios panel aquí señalados se han dado a conocer en diversas publicaciones. Para mayores detalles del Estudio Panel México 2000 ver Domínguez y Lawson (2004); para el caso del Estudio Panel México 2006 ver Lawson y Moreno (2007); y para una mayor descripción del estudio CNEP-III México 2006 ver Fuentes y Moreno (2007). Como se mencionó, las encuestas tipo panel permiten tener registro de las respuestas, opiniones y actitudes de las personas entrevistadas en distintos momentos del tiempo, con lo cual es posible saber qué tan estables son sus respuestas y, hasta cierto punto, por qué.

Entre todas sus ventajas, un estudio panel tiene dos dificultades que deben ser tratadas antes de afirmar que los resultados que arroja son vá-

lidos. Un primer problema es la tasa de deserción del panel a lo largo del tiempo. Ésta se refiere a que algunos o varios de los individuos originalmente entrevistados no pueden serlo de nuevo por diversas razones, en las rondas subsiguientes del estudio. A algunas de esas personas ya no se les puede contactar después de cierto tiempo, o aun siendo contactadas ya no desean participar en el estudio. Así pues, el desgaste natural de la muestra original trae implicaciones para la representatividad de las muestras en las etapas posteriores de entrevistas.

Un segundo problema son los posibles efectos de contaminación del panel. Dado que una misma persona participa en el estudio por lo menos en una ocasión inicial, el mismo diseño de la investigación puede condicionar varias de sus respuestas en rondas subsiguientes debido a la interacción del instrumento de estudio con la persona. Para tratar de corregir o minimizar estos dos aspectos, el desgaste y el condicionamiento, los análisis de estudios panel recurren a la realización de una encuesta transversal representativa con muestra independiente paralela a alguna ronda posterior, la cual permite saber si efectivamente hay o no sesgos muestrales y condicionantes del panel. Por ejemplo, en el caso de la quinta ronda de entrevistas que se hizo en 2002, como extensión del estudio de 2000, ésta se realizó en las mismas fechas que otra encuesta nacional representativa a mayores de 18 años, la cual sirvió como un parámetro de comparación de los resultados del panel. Gracias a esa muestra independiente en la que se empleó el mismo cuestionario de la quinta ronda panel, los datos de esta última pudieron ser ponderados por la distribución partidaria de la encuesta transversal, de manera que no hubiese sesgos en la distribución de las orientaciones políticas de los entrevistados.

PATRONES DE ESTABILIDAD Y CAMBIO EN LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA

A diferencia de los estudios panel que se realizaron en Estados Unidos en los años cincuenta y setenta, en los que el contexto político era el de una democracia estable y competitiva, las encuestas nacionales tipo panel en México capturan las actitudes de los mexicanos justo antes y después de eventos históricos que han cambiado la naturaleza de la vida política en el país. Al tratarse de un periodo de cambio, es de esperarse que las actitudes de las personas también estén sujetas a ciertas transformaciones. En el año 2000, el estudio panel nacional se realizó a la par de la elección de la

alternancia, mientras que las encuestas panel de 2006 se hicieron en el contexto de la elección más competitiva de la historia, tras un proceso de redistribución partidaria en el país, y reflejando un aumento en la polarización ideológica de los electorados partidarios. En ambas elecciones, los mexicanos estuvieron expuestos a sucesos y símbolos políticos que nunca antes habían visto ni escuchado. Aun así, los distintos ejercicios tipo panel revelan un alto grado de estabilidad del partidismo a nivel individual. Dichos estudios representan instrumentos de medición muy importantes en el laboratorio de cambio democrático en México.

Los cambios que más podrían esperarse en la identificación partidaria ante un suceso como la alternancia en el 2000 están relacionados con el debilitamiento de las adhesiones priístas, como resultado de la derrota electoral del PRI en ese año. Por otro lado, y como se comentó en el capítulo II, el fortalecimiento de las afinidades con el PAN fue reflejo del triunfo del candidato presidencial de ese partido, no sólo en 2000 sino también en 2006. De acuerdo con los datos de encuestas realizadas durante la última década y media, el macropartidismo mexicano se transformó a partir de la caída cíclica pero constante del priísmo y el aumento gradual del panismo. Estos cambios se evidenciaron en las distribuciones agregadas mostradas en el capítulo II, pero los estudios tipo panel las confirman desde el punto de vista del elector individual.

Por ejemplo, en el periodo 2000-2002, capturado por la quinta ronda del panel 2000, cada uno de los partidos sufrió el abandono de una cierta proporción de sus seguidores, pero también se observaron nuevos reclutamientos. El cambio neto en la identificación con el PRI entre los participantes del panel fue de -10 puntos porcentuales entre la primera y la quinta rondas del estudio, al pasar de 37 a 27 por ciento de la distribución total de la identificación partidista (una pérdida equivalente a 27 por ciento de sus partidarios originales).

En contraste, la identificación con el PAN aumentó siete puntos, de 22 a 29 por ciento (una mejoría de casi 32 por ciento). Por su parte, el PRD registró una leve variación, dentro del margen de error de la encuesta, de un punto porcentual, al crecer de 9 a 10 por ciento. La identificación con otros partidos pasó de 0 a 1 por ciento y la proporción de independientes de 30 a 33 por ciento. De esta manera, puede observarse que el declive de la identificación con el PRI significó un ascenso en la que se tiene con otros partidos –principalmente con el PAN–, además de que ciertos ex priístas se volvieron independientes o apartidistas, lo que ya se había

señalado con el seguimiento de encuestas macro en el capítulo II. Esto significa que el mismo fenómeno de desalineación con el PRI y de reconversión de ex priístas a panistas fue capturado por dos instrumentos de medición distintos: por las encuestas transversales consecutivas y periódicas que dan lugar a la observación de dinámicas agregadas del electorado, y por las encuestas tipo panel, que permiten observar las dinámicas individuales del elector.

El PAN no sólo es el que más adherentes ganó entre los participantes del primer estudio panel y su extensión dos años después, entre 2000 y 2002, sino que, además, es el partido que más estabilidad mostró entre sus seguidores en los dos años considerados en ese estudio. Así lo evidencian los cambios individuales en las categorías partidarias en su conjunto. De los entrevistados que se consideraban a sí mismos como panistas en febrero del 2000, 62 por ciento seguían siendo panistas en mayo del 2002, mientras que sólo 14 por ciento se fue con otro partido y restante 24 por ciento pasó a engrosar las filas de los independientes y los apolíticos. En contraste, 56 y 48 por ciento de los priístas y de los perredistas, respectivamente, se mantuvieron fieles a sus partidos en ese mismo periodo. Esto indica que la identificación con el partido del sol azteca fue la menos estable de las tres en ese periodo. Entre los no partidistas, incluyendo a los independientes y los apolíticos, 56 por ciento se mantuvo como tal.

Como se mencionó, estos indicadores en escala individual confirman las tendencias a nivel macro descritas en el capítulo II. No obstante, el propósito de este capítulo es mostrar el grado de estabilidad en la identificación partidista individual entre los mexicanos, a nivel individual, es decir, entre cada elector mexicano. El cuadro 18 es un primer conjunto de datos derivados de los estudios panel para ese propósito. Como puede apreciarse en las cuatro rondas del estudio panel realizado en el año 2000, entre 63 y 69 por ciento de los entrevistados, en promedio, expresaron la misma identificación partidista en entrevistas realizadas en lapsos de dos a cinco meses. De modo sorprendente, el estudio panel de 2006 confirma esos niveles de estabilidad, registrando entre 65 y 66 por ciento de entrevistados, en promedio, que mantuvieron su misma identificación partidista en distintas realizaciones de la encuesta. La encuesta CNEP-III efectuada en México con una muestra previa y otra inmediatamente posterior a la elección, con un componente panel, indica que 60 por ciento de los participantes mantuvo su misma identificación partidaria entre las dos rondas de levantamiento.

Cuadro 18
Estabilidad de la identificación partidista en los estudios nacionales
tipo panel, 2000 y 2006

<i>Porcentaje que expresó la misma identificación partidista de la ronda 1 en las rondas subsiguientes</i>					
<i>Estudio Panel México 2000 y componente 2002 (cinco rondas)</i>	<i>Ronda 2 (Abr. 2000)</i>	<i>Ronda 3 (May. 2000)</i>	<i>Ronda 4 (Jul. 2000)</i>	<i>Ronda 5 (May. 2002)</i>	<i>Promedio</i>
Identificación partidista en ronda 1 (feb., 2000)					
Panista	71	66	72	61	68
Priísta	76	70	64	55	66
Perredista	70	56	56	49	58
Independiente	59	59	61	52*	58
<i>Promedio</i>	69	63	63	54	62
Lapso entre ronda 1 y subsiguientes	2 meses	3 meses	5 meses	28 meses	
<i>Estudio Panel México 2006 (tres rondas)</i>	(May. 2006)	(Jul. 2000)			
Identificación partidista en ronda 1 (oct., 2005)					
Panista	65	68			67
Priísta	62	57			60
Perredista	75	72			74
Independiente	61	61			61
<i>Promedio</i>	66	65			65
Lapso entre ronda 1 y ronda señalada (en meses)	7 meses	9 meses			
<i>Encuesta panel CNEP-III 2006 (dos rondas)</i>	(Jul. 2006)				
Identificación partidista en ronda 1 (jun., 2006)					
Panista	62				62
Priísta	61				61
Perredista	61				61
Independiente	56				56
<i>Promedio</i>	60				60
Lapso entre ronda 1 y ronda señalada (en meses)	1 mes				

* Incluye a los "apolíticos".

Fuentes: Estudio Panel México 2000, componente panel adicional ITAM-Hewlett 2002; Estudio Panel México 2006; Encuesta panel CNEP-III en México 2006.

El nivel más bajo de estabilidad derivado de todos estos estudios fue de 56 por ciento, registrado en el componente 2002 que sirvió como una extensión del estudio panel de 2000. En este último caso hubo una separación de 28 meses entre la entrevista inicial y la final, por lo que es entendible que haya un debilitamiento con respecto a las mediciones en las que el lapso transcurrido fue menor a un año. Estos datos indican que, en periodos menores a un año, el porcentaje de estabilidad en la identificación partidista individual ha oscilado entre 60 y 69 por ciento, en promedio (alcanzando niveles de hasta 76 por ciento entre los panistas en el año 2000, y de 75 por ciento entre los perredistas en 2006), pero que en periodos mayores a un año, el porcentaje de estabilidad, aunque menor, aún fue mayoritario, de 56 por ciento. Dados los cambios tan significativos registrados en escala macro, es muy notable que a nivel individual se hayan observado tales niveles de estabilidad en las afinidades político-partidarias de los mexicanos.

Hasta ahora, para calcular estos indicadores se ha considerado a la identificación partidista en grupos agregados de panistas, priístas, perredistas, independientes y apolíticos. ¿Qué sucede si se toma en cuenta el grado de intensidad partidaria, diferenciando entre partidistas duros y blandos, lo cual abre la posibilidad de encontrar una mayor fluctuación en las medidas? Como argumentó Fiorina en los años ochenta (1984), las variaciones en la intensidad de la identificación partidista añaden una dimensión adicional del cambio en esta variable. Para ilustrar esto, enfoquémosnos en la prueba más dura para la estabilidad de las orientaciones partidarias, esto es, el componente panel con un mayor lapso entre sus rondas de entrevistas, el estudio panel 2000-2002. Ese estudio indica, por ejemplo, que el debilitamiento de los panistas (es decir, partidarios duros que se volvieron blandos, 35 por ciento) fue más notable que el fortalecimiento de éstos (panistas blandos que se volvieron duros, 13 por ciento). Esto puede apreciarse con los datos mostrados en el cuadro 19.

En el caso del priísmo sucedió algo parecido al panismo: los priístas duros que se volvieron blandos representaron 22 por ciento, mientras que los blandos que se volvieron duros fue de 24 por ciento. De los partidistas que perdió el PRI y que se convirtieron a otro partido político, el PRD captó uno por cada dos que se fueron al PAN. De manera contrastante a lo que se observó entre panistas y priístas, entre los perredistas el fortalecimiento del partidismo (proporción de blandos que se volvieron duros) fue ligeramente mayor (22 por ciento) que el debilitamiento de éstos (proporción de

duros a blandos, 17 por ciento). Sin embargo, el perredismo fue el que más desalineación mostró en ese periodo, al perder 31 por ciento de sus partidistas duros que se volvieron apartidistas. Por su parte, el PAN fue el partido que más captó independientes que se convirtieron al partidismo entre 2000 y 2002, con 21 por ciento del 44 por ciento en total que siguieron el patrón de conversión. Un punto adicional que se deriva de la evidencia mostrada en el cuadro 19 es que la mayor estabilidad se observa entre los muy panistas y los muy priistas, con proporciones de 47 y 48 por ciento, respectivamente.

Cuadro 19
Identificación partidista de los mismos electores en 2000 y 2002

<i>Identificación partidista en febrero de 2000</i>	<i>Identificación partidista en mayo de 2002</i>								<i>Total febrero 2000 %</i>
	<i>Muy priista %</i>	<i>Algo priista %</i>	<i>Muy panista %</i>	<i>Algo panista %</i>	<i>Muy perredista %</i>	<i>Algo perredista %</i>	<i>Otro partido %</i>	<i>Ningún partido/NS %</i>	
Muy priista	47	22	6	9	1	6	0	10	16
Algo priista	21	29	4	16	2	2	1	25	21
Muy panista	2	3	48	35	0	2	0	10	6
Algo panista	3	6	13	40	1	6	0	30	16
Muy perredista	3	3	3	14	28	17	0	31	3
Algo perredista	0	8	7	10	22	30	2	20	6
Otro partido	0	0	0	33	0	0	33	33	0
Ningún partido/NS	5	9	6	15	1	7	0	56	33
Total, mayo 2002	15	14	9	20	3	7	1	32	100

(N = 984)

Fuente: Encuesta Panel México 2000-2002.

El cuadro 20 resume los patrones de estabilidad y cambio en el partidismo y su intensidad registrados en los estudios nacionales tipo panel hasta ahora utilizados. En este cuadro se desagregan los porcentajes de estabilidad o ausencia de cambio (categoría en la que se incluyen los partidistas duros que permanecieron como tales entre la primera y última rondas señaladas, los partidistas blandos que siguieron siéndolo y los apartidistas que también mantuvieron su falta de afinidad con algún partido político), los porcentajes

de fluctuación (referentes a las variaciones en el grado de intensidad en la identificación partidista, es decir, duros que se hacen blandos o viceversa), y los porcentajes de cambio (referentes a los patrones de conversión y reconversión en los partidismos). La primera columna en el cuadro 20 muestra estos porcentajes para la primera y cuarta rondas de entrevistas realizadas en 2000; la segunda columna corresponde a la primera ronda de 2000 y la quinta realizada en 2002, y la tercera columna presenta los porcentajes entre la primera y la tercera rondas de 2006.

Cuadro 20
Estabilidad y cambio en la identificación partidista en los estudios nacionales tipo panel, 2000, 2002 y 2006

		2000	2000-2002	2006
		%	%	%
Estabilidad	Sin cambios	51	44	50
	Partidista duro permanece duro	14	12	12
	Partidista blando permanece blando	19	15	19
	Independiente o apolítico permanece como tal	18	17	19
Fluctuación	Variaciones en la intensidad	13	13	14
	Partidista duro pasa a blando	6	7	8
	Partidista blando pasa a duro	7	6	6
Cambio	Cambios en el partidismo	36	43	36
	Partidista se cambia de partido	12	15	12
	Partidista se cambia a independiente	12	15	12
	Independiente o apolítico adquiere partidismo	12	13	12
	Número de casos analizados	1,254	975	1,594

Nota: En el estudio panel 2000 se consideró la primera ronda de febrero y la cuarta ronda en julio; en el estudio panel 2000-2002 se tomó la primera ronda de febrero 2000 y la quinta ronda en mayo de 2002; en el estudio panel 2006 se tomó la primera ronda de octubre de 2005 y la tercera ronda en julio de 2006.

Fuentes: Estudio Panel México 2000 MIT de cuatro rondas, componente panel quinta ronda Hewlett-ITAM 2000-2002 y Estudio Panel México 2006 MIT de tres rondas.

Como puede observarse, en periodos menores a un año, como indican la primera y tercera columnas del cuadro, alrededor de la mitad de los electores mantuvieron su identificación partidaria con la misma intensidad: 51 por ciento en 2000 y 50 por ciento en 2006. Dicha proporción fue un poco menor en el lapso de 2000 a 2002, disminuyendo a 44 por ciento. En contraste, el cambio en 2000 y en 2006 fue el mismo, 36 por ciento, al aumentar a 43 por ciento en el componente de 2002. Llama la atención que 24 por ciento en 2000 y 2006 refleje patrones de conversión partidaria. Esto quie-

re decir que uno de cada cuatro electores experimenta dicha conversión, proporción que no es nada despreciable y que refleja la fuerte dinámica de traslados de adhesiones partidarias de los últimos años. Asimismo, uno de cada ocho electores decidió su desalineación. Por otra parte, el porcentaje de fluctuación registró entre 13 y 14 por ciento en los tres estudios. ¿Es esta fluctuación un indicador real de cambio, como lo consideraba Fiorina (1984), o simplemente una variación dentro de la misma afinidad partidista, como argumentaba Miller (1994) 10 años después?

Ambas perspectivas tienen algo de razón, lo cual plantea un dilema acerca de los patrones de partidismo individual observados en México que no parece fácil de resolver. Por un lado, la lógica de Fiorina llevaría a pensar que un debilitamiento del partidismo puede ser señal de una desalineación o una reconversión política a nivel individual. Por el otro, la lógica de Miller señalaría que el partidista debilitado continúa siendo partidista, y de ahí a la desalineación o la reconversión hay aún un gran paso. Para resolver este dilema habría que examinar más patrones observados con los estudios panel y determinar si un debilitamiento se convierte a la larga en una desalineación o abandono o no. Pero aun contando con dicho análisis, las explicaciones rivales correspondientes a eventos políticos, factores contextuales y liderazgos específicos podrían resultar abrumadores como para resolver esta situación.

Por lo pronto, si se toma el criterio de Fiorina para el caso mexicano, el grado de estabilidad en el partidismo tendría una variación entre 44 y 51 por ciento, de acuerdo con los tres estudios considerados, mientras que la inestabilidad (sumando las fluctuaciones en intensidad y los cambios) representaría entre 49 y 57 por ciento. La inestabilidad sería mayor. En contraste, si se toma el criterio de Miller de ver a las fluctuaciones como una variación intrapartidista, el grado de estabilidad aumentaría a un rango de entre 57 y 64 por ciento, mientras que el nivel de inestabilidad se reduciría a un rango de 36 y 43 por ciento. La estabilidad sería mayor. La solución a este dilema va más allá de la evidencia empírica y depende de una proposición teórica que fundamente cada una de las opciones. En todo caso, y considerando ambos criterios por falta de una resolución teórica, el grado de estabilidad en el partidismo individual en México ha variado entre 43 y 64 por ciento del electorado, mientras que el grado de inestabilidad ha sido entre 36 y 57 por ciento. En promedio, la estabilidad del partidismo individual supera a la inestabilidad, lo cual es particularmente notable en un sistema político tan cambiante, en los años estudiados, como el mexicano.

Hasta ahora hemos examinado el grado de estabilidad en la identificación partidista del mexicano comparándose contra sí misma, en distintos momentos en el tiempo, así como en dos elecciones presidenciales consecutivas en las que se han realizado estudios nacionales tipo panel. Es de notarse, por ejemplo, que en dichos estudios el grado de estabilidad en las afinidades partidarias fue muy similar (51 y 50 por ciento en 2000 y 2006, respectivamente, si se considera que las fluctuaciones intrapartidistas son una señal de cambio, y 64 por ciento en cada año, si éstas no ameritan ser consideradas como un cambio, sino simplemente como una variación dentro de las mismas categorías partidarias).

Pero, ¿qué tan estable es la identificación partidista si se le compara con otras actitudes y opiniones políticas de los mexicanos? La evidencia recopilada en los estudios tipo panel indica, en respuesta breve que trataremos de desarrollar más a fondo en esta sección, que la identificación partidista es la actitud política más estable de los mexicanos que se ha observado hasta ahora. El cuadro 21 despliega la información estadística para sustentar esta afirmación. En este cuadro se presentan coeficientes de contingencia que indican el grado de asociación entre una misma variable medida en dos momentos distintos por la vía de las entrevistas de las encuestas tipo panel. Este grado de asociación, a su vez, puede interpretarse como un indicador de estabilidad. El coeficiente de contingencia, al ser una medida del grado de asociación entre variables nominales o categóricas, nos permite saber cómo una actitud medida en un momento en el tiempo se asocia con esa misma actitud medida en un momento posterior. Así, esta estadística, que toma valores entre 0 y 1, nos permite saber qué tan estable es tal actitud: entre mayor es el coeficiente —o más cercano a 1— mayor es la asociación y, por lo tanto, mayor es la estabilidad. Por su carácter dinámico, sólo un estudio panel nos permite calcular este tipo de relaciones, ya que registra las actitudes de los mismos individuos en distintos momentos.

Como puede apreciarse, comparada con las orientaciones ideológicas, el voto, la opinión sobre los partidos políticos, las evaluaciones económicas nacionales y personales, el interés político, la frecuencia con la que se discute de política, la aprobación presidencial y otras opiniones, la identificación partidista es simplemente la actitud política más estable y lo ha sido en cada uno de los estudios panel realizados, independientemente del momento o la coyuntura política. De hecho, el grado de asociación de la ma-

yoría de las variables consigo mismas (medidas en dos momentos en el tiempo) no parece tan fuerte como el coeficiente correspondiente a la identificación partidista, lo cual da evidencia de una mayor estabilidad de esta última variable. Esto nos permite señalar que, de las variables medidas en los estudios tipo panel a nivel nacional, la identificación partidista ha sido el rasgo más persistente del votante mexicano.

Cuadro 21
Estabilidad de las actitudes y las opiniones políticas en México
por medio de los estudios nacionales tipo panel
(Coeficientes de contingencia y número de casos en el análisis)

	<i>Panel 2000^a</i>		<i>Panel 2000-2002^b</i>		<i>Panel 2006^c</i>	
	<i>Coeficiente</i>	<i>n</i>	<i>Coeficiente</i>	<i>n</i>	<i>Coeficiente</i>	<i>n</i>
Identificación partidista	.72*	1,254	.67*	952	.74*	1,594
Autoubicación en la escala izquierda-derecha	.40*	1,254	.34*	981	.63*	1,594
Voto para diputados federales	.57*	1,053	.58*	980	.60*	1,301
Discusión sobre política	.47*	1,254	.40*	980	.59*	1,594
Opinión acerca del PRI	.50*	1,254	.45*	982	.58*	1,594
Interés en política	.48*	1,254	.41*	979	.58*	1,594
Evaluación de la situación económica personal	–	–	.29*	981	.58*	1,594
Evaluación de la situación económica del país	–	–	.17	979	.58*	1,594
Aprobación presidencial	.43*	1,254	.19	980	.57*	1,467
Opinión acerca del PAN	.41*	1,254	.33*	980	.57*	1,594
Opinión acerca del PRD	.42*	1,254	.26*	983	.56*	1,594
Postura frente a la pena de muerte	–	–	.31*	980	.52*	1,594
Actitud de aversión al riesgo	–	–	.27*	979	–	–

Fuentes: Estudio Panel México 2000 MIT de cuatro rondas, componente panel quinta ronda Hewlett-ITAM 2000-2002 y Estudio Panel México 2006 MIT de tres rondas. Notas: ^a En el estudio panel 2000 se consideró la primera ronda de febrero y la cuarta ronda en julio. ^b En el estudio panel 2000-2002 se tomó la primera ronda de febrero 2000 y la quinta ronda en mayo de 2002. ^c En el estudio panel 2006 se tomó la primera ronda de octubre de 2005 y la tercera ronda en julio de 2006. * Indica un nivel de significación estadística menor a 0.001. Nota sobre recodificación de variables: La identificación partidista se mantuvo en su medición original de nueve categorías, distinguiendo entre partidistas duros y blandos del PRI, PAN y PRD, además de los independientes, los apolíticos y otros partidos (en una sola categoría). La opinión acerca de los partidos (PAN, PRI y PRD) se midió en una escala de uno a 10, la cual se recodificó en cinco categorías. La autoubicación izquierda-derecha se midió usando una escala de 10 puntos en 2000 y 2002, la cual se reagrupó en cinco categorías; en 2006 esta variable cambió de escala, utilizando siete categorías y una adicional en la que la persona afirmó no utilizar esa terminología. Las variables están ordenadas de acuerdo con el valor del coeficiente de contingencia obtenido en 2006; en los casos donde el valor es el mismo, el ordenamiento siguió como segundo criterio el valor del coeficiente obtenido en el análisis de 2000 (o en el de 2000-2002). Las celdas donde no aparecen datos indican que esas variables no se preguntaron en esa ronda.

Pero desarrollemos un poco esta argumentación mirando la evidencia con más detalle. La variable de identificación partidista se analizó en sus nueve categorías desagregadas en México (seis de ellas correspondientes a los partidistas duros y blandos de los tres principales partidos, una a la identificación con otros partidos, otra a los independientes y otra más a los apolíticos). Los coeficientes de contingencia obtenidos han sido de .72 en el estudio panel de 2000, .67 en el componente panel de 2000 a 2002, y de .74 en el estudio panel de 2006. Como comparación, en 2000 el segundo coeficiente más alto fue el del voto (la preferencia expresada por el entrevistado), que alcanzó un coeficiente de .57, mientras que en 2006 el segundo coeficiente más alto se observó en las orientaciones ideológicas de izquierda y derecha, alcanzando .63. En ninguno de los dos casos el grado de estabilidad es tan fuerte como el de la identificación partidaria. Entre otros hallazgos derivados de este análisis, se puede apreciar que la estabilidad de las opiniones y actitudes tiende a debilitarse entre mayor es el lapso entre las entrevistas, como sería el caso del estudio que va de 2000 a 2002, en donde los coeficientes suelen ser más débiles que los observados en periodos más cortos. Sin embargo, al comparar los estudios exclusivamente de 2000 y 2006, en este último año se observa un fortalecimiento de la estabilidad en todas las variables.

Pero detengámonos un poco a discutir las variables que aparecieron como segundas frente al partidismo por su grado de estabilidad, el voto en 2000 y la orientación ideológica de izquierda y derecha en 2006. En el caso del voto, ha resultado difícil establecer su diferenciación con el partidismo y algunos aseguran que el grado de endogeneidad es muy alto; incluso se ha llegado a pensar que son lo mismo. Además, a diferencia del planteamiento original, en el que se pensaba que el partidismo afecta al voto, también han surgido inquietudes en torno a si éste afecta o no al partidismo y en qué grado. Por ejemplo, en este libro se ha argumentado que el fortalecimiento del panismo después del 2 de julio del 2000 pudo haber sido influido por el resultado electoral en general, y por la decisión de un buen número de votantes de apoyar a Vicente Fox, en particular. Sin embargo, no se podría atribuir todo el fortalecimiento del panismo exclusivamente al voto, ya que la distribución de partidistas del PAN comenzó a crecer de manera más importante hacia el inicio del nuevo gobierno panista. La toma de poder, no el voto, parece haber alimentado con mayor fuerza las adhesiones psicológicas al panismo.

El voto y la identificación partidista están fuertemente asociados entre sí, pero la evidencia mostrada en el cuadro 21 indica que no son necesaria-

mente lo mismo. Más aún, en un periodo de cambio político como el de 2000 a 2002, la identificación partidista se muestra más estable que las intenciones de voto. Asimismo, la identificación partidista resulta mucho más estable que la opinión sobre los partidos políticos, medida que en otros países se ha utilizado, mediante escalas y termómetros de opinión, como una aproximación o sustituto de las actitudes partidarias de los individuos. En los años ochenta se comprobó que los termómetros partidarios o escalas de opinión sobre los partidos políticos son más sensibles a las influencias de corto plazo que la medida de identificación partidaria (Fiorina, 1981; Converse y Pierce 1985). De acuerdo con la evidencia mostrada en el cuadro 24, los termómetros de opinión respecto al PRI, el PAN y el PRD resultan mucho menos estables que la identificación partidista (aun recodificando dichos termómetros en menos categorías que la escala original de 1 a 10).

Ahora discutamos el tema de la orientación ideológica. Al comparar los estudios panel de 2000 y 2006, en este último año se observa un fortalecimiento de la estabilidad en todas las variables que aparecen en el cuadro 24. El caso más extremo es el de la identificación ideológica de izquierda-derecha, que pasó de ser la variable con el coeficiente más débil en 2000 a ser la variable con el segundo coeficiente más fuerte en 2006. Esto puede tener dos explicaciones, una metodológica y otra política. La primera se refiere a que tanto el fraseo como la escala de la variable ideológica fueron cambiados en el Estudio Panel México 2006, planteando la misma lógica de identificación, pero no de la misma forma. Esto significa que el fraseo y la escala de 2006 pudieron haber provocado una mayor estabilidad en estas orientaciones individuales. A diferencia del 2000, en el que se pidió a los encuestados ubicarse en una escala de 1 a 10 (donde 1 es izquierda y 10 derecha), la pregunta de 2006 asignaba una etiqueta ideológica a cinco posibles posturas (izquierda, centro-izquierda, centro, centro-derecha, y derecha) y planteaba la posibilidad de no ubicarse en la escala si el entrevistado no utilizaba comúnmente esos términos (lo cual provocó un porcentaje más alto de electores sin identificación ideológica). Quienes sí se ubicaron en la escala ya habían admitido que utilizan los términos de izquierda y derecha, lo cual significa que si, efectivamente, están más familiarizados con esa terminología, la probabilidad de que sus posturas fuesen estables es mayor.

Sin embargo, la explicación política también tiene cierta validez, ya que la dinámica de las campañas electorales y los discursos de los candidatos en 2006 apelaron mucho más a las ideologías de izquierda y derecha que en cual-

quier otra elección presidencial reciente. En otras palabras, los políticos tendieron a movilizar más a sus electores con base en sus afinidades ideológicas en esta última elección. López Obrador, por ejemplo, se refería comúnmente a sí mismo como el candidato de la izquierda y señalaba a su principal oponente como el candidato de la derecha. En ese sentido, el recurso ideológico desempeñó un papel importante en la elección de 2006 para activar las predisposiciones políticas de los electores. La correspondencia entre posturas de izquierda o de derecha y las preferencias políticas de los electores comenzó a ser captada de manera muy clara meses antes de la elección presidencial (Moreno, 2006b), y se confirmó el mismo día de la elección (Moreno, 2007a). Cualquiera que sea la explicación, metodológica o política, o ambas, las orientaciones de izquierda y derecha pasaron a ser de un rasgo relativamente inestable a una característica mucho más estable entre los electores mexicanos. En el capítulo v se abordará con más detalle el tema de la ideología, su evolución y su vínculo con los partidos políticos en México.

En Europa occidental, las orientaciones de izquierda y derecha han sido en muchos casos un mejor y más estable indicador del comportamiento político individual que la identificación partidaria. De hecho, la identificación con una corriente de izquierda, de centro o de derecha, ha sido un indicador más común del partidismo, el cual, en ese contexto, se ha medido a partir del sentido de cercanía de grupo: "¿Hacia cuál partido se siente usted más cercano?" (Barnes *et al.*, 1988). En general, y como se mencionó en el capítulo de introducción, el concepto de identificación partidista fuera del ámbito estadounidense se ha abordado desde diversas perspectivas y medido de distintas formas (Jennings y Mann, 1994).

Algunos aspectos adicionales derivados de la información contenida en el cuadro 21 incluyen la discusión acerca de la estabilidad de las evaluaciones económicas y la aprobación presidencial. Fiorina demostró que la identificación partidista era sensible a las evaluaciones económicas, en parte porque las fluctuaciones en las segundas afectaban a la primera. En el caso mexicano las evaluaciones económicas son mucho menos estables que la identificación partidista, como, de hecho, sería de esperarse. Por ejemplo, de 2000 a 2002 las evaluaciones retrospectivas sobre la situación económica personal fueron más estables (.29) que las correspondientes a la situación económica del país (.17), pero mucho más inestables que la identificación con un partido político.

Por otro lado, las orientaciones partidarias también fueron mucho más estables que la aprobación presidencial (.19). Acaso este relativamente débil

grado de estabilidad se debe a que en el estudio de 2000 a 2002 los referentes eran dos presidentes provenientes de distintos partidos: el priísta Ernesto Zedillo en febrero del 2000 y el panista Vicente Fox en mayo del 2002. Cabría esperar que la aprobación hacia un presidente y otro cambiase de manera importante, aun cuando ambos disfrutaban de porcentajes de aprobación muy similares entre los encuestados de la primera y la última medición del panel. El entonces presidente Zedillo contaba con 57 por ciento de aprobación en febrero del 2000, mientras que, entre esas mismas personas, Fox contaba con 54 por ciento en mayo del 2002. De los entrevistados, 43 por ciento no cambió su postura ante los distintos presidentes de una ronda a otra: 31 por ciento dijo aprobar a ambos mandatarios, 10 por ciento dijo desaprobarnos, y 2 por ciento fue indiferente o no expresó opinión hacia ninguno de ellos. El restante 57 por ciento sí cambió su opinión. Esta variable también se midió con grados de aprobación y desaprobación, por lo que la inestabilidad aumentaría si se considerasen en estos porcentajes las fluctuaciones de “aprueba/desaprueba totalmente” a “aprueba/desaprueba algo” (debilitamiento de la aprobación/desaprobación) y viceversa (fortalecimiento). Mientras que los porcentajes recién descritos se basan en la versión de tres categorías de la variable de aprobación (aprueba, sin opinión, desaprueba), el coeficiente de contingencia mostrado en el cuadro 24 sí considera las cinco categorías medidas originalmente: aprueba totalmente, aprueba algo, sin opinión (o la suma de las respuestas “ni una ni otra” y “no sabe”), desaprueba algo y desaprueba totalmente.

Debido a que la medida de estabilidad en la aprobación presidencial, tomando como referencia a dos jefes del Ejecutivo distintos, puede resultar injusta en la comparación con la identificación partidista, es necesario tomar otro criterio adicional de comparación, a saber, la estabilidad de la aprobación hacia un mismo Presidente. En el caso de Ernesto Zedillo en 2000, el coeficiente de contingencia fue de .43, mientras que en el de Vicente Fox en 2006 fue de .57. En ambos casos, y considerando al mismo Presidente, el grado de estabilidad en la aprobación presidencial es sustancialmente menor que la estabilidad de la identificación partidista.

En suma, las afinidades partidarias en México han mostrado cambios, tanto agregados como individuales, en gran parte porque se han medido durante un periodo de profunda transformación política. No obstante, la identificación partidista es la actitud política más estable de los mexicanos si se le compara con otras que se han medido en las encuestas nacionales tipo panel en las elecciones de 2000 y 2006, así como un componente de mayor lapso entre 2000 y 2002.

¿Qué factores explican la persistencia de la identificación partidista a lo largo del tiempo? El propósito de esta sección es desarrollar un modelo dinámico explicativo de las orientaciones partidarias y su intensidad considerando las variaciones individuales que se observaron entre febrero de 2000 y mayo de 2002. El objetivo es completar nuestra visión acerca de este fenómeno e indagar cuáles factores medidos en un momento dado, incluida la afinidad partidaria, refuerzan la persistencia de ésta misma en un momento posterior. En el modelo estadístico que a continuación se examina las variables dependientes son las categorías de identificación partidista por intensidad medidas en mayo de 2002, y representadas por una variable dicotómica.

Como variables explicativas se utilizan la propia identificación partidista registrada en febrero de 2000, así como la intención de voto también registrada en ese momento. Además, otras variables explicativas que son teóricamente relevantes y que fueron registradas tanto en 2000 como en 2002 incluyen la autoubicación ideológica en una escala de izquierda-derecha, la aprobación presidencial, las evaluaciones retrospectivas sobre la situación económica personal y del país.

Las relaciones esperadas en estos casos son las siguientes. Primero, la identificación partidista previa es fuertemente explicativa de la identificación partidista posterior, de manera que un priísta, por ejemplo, es muy probable que continúe siéndolo después de cierto tiempo. Segundo, la preferencia electoral o voto en un momento influye en la identificación partidista en otro momento posterior. El voto puede ser un catalizador del desarrollo de una identificación partidaria entre los votantes jóvenes y también de la redefinición de ésta en votantes no tan jóvenes. En este caso se esperarían variantes: por ejemplo, votar por un candidato perdedor podría debilitar las adhesiones psicológicas más blandas de los partidistas, mientras que el voto por un candidato ganador podría fortalecer las adhesiones al partido de ese candidato. Tercero, las expectativas con respecto a las variables de evaluación política y económica son las siguientes: entre más favorables son las evaluaciones, más probable es que éstas refuercen las categorías partidarias coherentes con ellas. Las evaluaciones favorables acerca de la situación económica del país o personal deberían estar asociadas con posturas favorables al partido en el gobierno. Sin embargo, este no siempre es el caso, como se verá más adelante.

Además de estas típicas variables, el modelo incluye una serie de razones a las que las personas atribuyen su partidismo. En el componente que

sirvió como quinta ronda de entrevistas al estudio panel 2000, realizado en mayo de 2002, se incluyó una serie de preguntas que planteaban a los encuestados partidistas las posibles razones de sus sentimientos de adhesión hacia sus respectivos partidos políticos: la tradición familiar, el compartir la ideología o doctrina del partido, los candidatos que postula el partido, que sea un partido ganador, la creencia de que el partido lo representa a uno, y la percepción de que el partido gobierna bien (en las opciones de respuesta se incluyó una categoría adicional que se tomó como base de comparación para el análisis estadístico: las propuestas de campaña). El reconocimiento de estas bases del partidismo por parte del encuestado nos permite saber cuáles son los diferentes aspectos por los que un individuo se considera panista y otro se considera priísta o perredista, o por qué un individuo expresa una mayor intensidad de partidismo que otro, pero, principalmente, nos ayuda a determinar las causas principales de la persistencia de las afinidades partidarias en el tiempo.

Este tipo de análisis es escaso en México y también en otros países, pero no inexistente. De acuerdo con un estudio realizado en Estados Unidos, en el que se les ofreció a los encuestados una serie de razones por las que posiblemente se consideraban identificados con algún partido político, los partidistas fuertes tendían a señalar razones como la de “siempre voto por ese partido”, “desde que recuerdo siempre he estado con ese partido”, o “comparto las posturas de ese partido” (Kessel, 1984, citado en Weisberg, 1980). Por su parte, los partidistas débiles era más probable que explicaran o justificaran su partidismo basándose en el liderazgo y los candidatos: “yo voto por la persona, no por el partido”. Los electores independientes también era probable que se pronunciaran a favor de una persona antes que por un partido, además de que daban cierta importancia a los temas o *issues* que se manejaban en la campaña.

En el estudio panel mexicano 2000-2002, las proporciones de encuestados en la quinta ronda que consideraron cada aspecto como la razón más importante de su partidismo son las siguientes: 25 por ciento mencionó la tradición familiar; 27 por ciento atribuyó su partidismo que compartía la ideología o doctrina con su partido; 29 por ciento dio más peso a los candidatos que el partido postula; 12 por ciento afirmó que se trata de un partido que gana elecciones; 19 por ciento manifestó que su partido lo representa bien; 39 por ciento que el partido gobierna bien cuando está en el poder y 43 por ciento señaló las propuestas de campaña que el partido hace. Examinemos rápidamente cada uno de estos aspectos.

La tradición familiar

Desde sus planteamientos originales, la explicación de por qué se desarrolla la identificación partidista tiene su argumento más importante en la familia, como si ésta fuese un valor que se transmite en el entorno hogareño. En el capítulo II se sugirió que la familia parecía ejercer más influencia en la identificación con el PRI que en la de otros partidos. Los priístas eran más probables que los seguidores de otros partidos de entrar en la arena política electoral, a sus 18 años de edad, con una predisposición partidista ya definida, lo cual reflejaba una fuerte influencia familiar y de socialización.

El desempeño electoral y el poder

Al ser un partido ganador y el partido de gobierno por muchos años, estos factores podrían influir positivamente en el sentimiento de adhesión hacia el PRI; sin embargo, esto sería más cierto en los tiempos en que éste era el partido en el gobierno y no había perdido la presidencia de la República. En la quinta ronda del estudio panel, realizada en mayo de 2002, el PAN era el instituto en el gobierno, y esos aspectos podrían fortalecer el sentimiento de adhesión hacia ese partido. En principio no se esperaría que fueran fuertes las bases de la identificación perredista hasta ese momento, con la excepción de personas entrevistadas en las entidades gobernadas por el PRD, y particularmente en el Distrito Federal. Es curioso, pero los estudios de identificación partidista casi no han explorado si ésta varía por niveles de gobierno. ¿Es factible que un individuo se considere priísta cuando se trata de la política nacional o federal, pero panista o perredista en el caso de la política local? En otras palabras, ¿es posible que un mismo elector tenga identificaciones partidarias distintas dependiendo del nivel de gobierno por el que compiten los partidos políticos? En el caso de Estados Unidos, Weisberg (1980) menciona que esto sí es factible, y en Holanda, en donde hay un sistema multipartidista, se ha encontrado que la mitad de los electores partidistas tienen una múltiple identificación, es decir, expresan adhesión hacia más de un partido político (Van der Eijk y Niemöler, 1983, citados en Weisberg, 1980).

Ideología o doctrina

Es muy probable que un votante partidista afirme que comparte los ideales, la ideología o la doctrina de su partido, y por ello se considera identi-

cado con él. Los factores de coincidencia ideológica o doctrinal es probable que afecte la identificación con cualquiera de los institutos políticos, pero principalmente con el PRD y con el PAN. Ambos son los que más abiertamente han planteado sus propuestas y posturas en función de una ideología (PRD) o de una doctrina (PAN). El PRD, por ejemplo, utiliza el término “izquierda” en sus documentos básicos, mientras que el PAN ha planteado ideas como el humanismo en su doctrina. Después de la elección de 2006, la relación entre posturas de izquierda o de derecha y el partidismo se ha fortalecido, pero el análisis desarrollado en esta sección se basa en datos panel recopilados en 2000 y 2002.

Representación

El sentido de representación también podría actuar en favor de cualquier tipo de identificación, y de entrada es una incógnita si este aspecto influye más en los partidistas duros que en los blandos. La representación en este caso puede tener varios referentes, como el nivel socioeconómico o la clase social. Las campañas del PRD han enfatizado la ayuda a los pobres y utilizado frases que lo presentan como el partido cercano a la gente.

Liderazgo

Se esperaría que el factor liderazgo o candidato sea más notable entre los partidarios débiles que entre los fuertes y aún más importante entre panistas y perredistas, dado el peso de Fox y de Cárdenas entre sus respectivos seguidores, que entre los priístas. Desafortunadamente este análisis, basado en los datos de 2000 a 2002, no puede incorporar el efecto López Obrador en la persistencia (o desarrollo) del perredismo.

Además de todas estas variables, el modelo también incluye la edad, la escolaridad y el nivel de ingreso de los encuestados como variables independientes. La edad está positivamente relacionada con la lealtad partidaria en el caso del PRI, como se vio en el capítulo II, mientras que la escolaridad está inversamente relacionada con la identificación partidista, en general, y con la del PRI, en particular. El nivel de ingreso se relaciona con las adhesiones partidarias de distintas formas: los niveles bajos de ingreso son más probables de tener una identificación con el PRI o con el PRD, mientras que los niveles medios hacen lo propio con el PAN, manteniendo todo lo demás constante.

Los resultados del modelo estadístico se presentan en los cuadros 22, 23 y 24, relativos a los análisis de la identificación con el PRI, con el PAN y con el PRD, respectivamente, en sus variantes de intensidad fuerte y débil. Comencemos discutiendo el caso de la identificación con el PRI. De acuerdo con los resultados mostrados en el cuadro 22, las variables que ejercen una influencia positiva y significativa en la identificación priísta fuerte registrada en mayo de 2002 fueron la identificación priísta previa (principalmente la fuerte), la edad, la tradición familiar y el voto reportado en favor de Francisco Labastida, candidato presidencial priísta en 2000. En contraste, los factores relacionados de manera negativa con la afinidad priísta dura fueron las evaluaciones económicas personales medidas en 2000, las evaluaciones económicas del país medidas en 2002, y la aprobación al presidente Fox, también registradas en 2002. El signo negativo en estas variables indica que las evaluaciones sobre la situación económica personal y nacional, así como la aprobación al presidente Fox, eran factores contrarios al priísmo. Por ejemplo, las personas que expresaban situaciones económicas más favorables eran menos probable que fueran priístas duros. A su vez, el sentimiento priísta duro era menos probable entre quienes daban su aprobación al trabajo realizado por el presidente Fox en el 2002.

En el caso del priísmo blando, los principales determinantes observados fueron el priísmo blando previo, pero no el duro (lo cual indica que el debilitamiento de duros a blandos discutido previamente en este capítulo no fue estadísticamente significativo en el periodo 2000-2002). A su vez, la tradición familiar también influyó en el partidismo priísta blando, pero, además, aspectos como el liderazgo, que sea un partido ganador y la percepción de que gobierna bien también influyeron de manera positiva y significativa en esa afinidad política. Estos resultados muestran que la tradición familiar tiene un peso importante en el priísmo, tanto fuerte como blando, pero esta última modalidad tiene también otras explicaciones que no se observan como determinantes del priísmo fuerte. En ambos casos, sin embargo, la aprobación al presidente Fox muestra un signo negativo y significativo, lo cual quiere decir que el priísmo no era muy probable entre quienes aprobaban al primer presidente panista. El efecto de ciertas variables que se esperaba tuvieran una influencia positiva y significativa en el sentimiento de adhesión al PRI destaca por su ausencia. Ni la aprobación al presidente Zedillo en el 2000, ni la afinidad con la derecha política, afectaron las probabilidades de considerarse priísta en el 2002.

Cuadro 22
 Determinantes de la identificación partidista de 2000 a 2002;
 modelo estadístico de priistas duros y blandos

	<i>Identificación partidista en mayo 2002 (quinta ronda panel)</i>			
	<i>Muy priista</i>		<i>Algo priista</i>	
	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>
<i>Variables de la ronda 1, feb. 2000</i>				
Muy priista	2.165	***	0.561	
Algo priista	1.230	***	1.146	**
Muy panista	0.400		-0.882	
Algo panista	0.913		-0.343	
Muy perredista	-0.850		-1.059	
Algo perredista	-6.263		0.177	
Autoubicación izquierda-derecha	0.004		-0.020	
Aprobación al presidente Zedillo	0.164		0.061	
Situación económica personal	-0.348	*	0.052	
Voto por Fox	-0.672		-0.460	
Voto por Labastida	1.263	*	-0.112	
Voto por Cárdenas	0.617		-0.947	
<i>Variables de la ronda 5, may. 2002</i>				
Aprobación al presidente Fox	-0.399	***	-0.232	**
Situación económica del país	-0.351	*	-0.019	
Tradición familiar	0.883	**	0.885	***
Factores ideológicos/doctrinarios	0.219		0.603	*
Factor candidatos	0.117		0.922	***
Es un partido ganador	0.531		0.948	**
El partido representa bien a gente como yo	0.566		0.243	
Gobierna bien	0.020		0.620	**
<i>Variables sociodemográficas, feb. 2000</i>				
Edad	0.031	**	-0.019	*
Escolaridad	-0.048		-0.242	*
Ingreso (focos)	-0.011		-0.016	
Constante	-2.700	*	-0.920	
Porcentaje de predicción correcta	89.93		85.29	
Ji-cuadrada del modelo	270.91		120.02	
Significación	0.000		0.000	
-2 Log de la verosimilitud	464.33		624.40	

Sig.: Niveles de significación estadística: *** p<.004; ** p<.04; * p<.05.

Coef.: Coeficiente.

Fuente: Primera ronda de la Encuesta Panel México 2000 (febrero) y su componente panel de quinta ronda en 2002 (mayo). No. de casos analizados: 930. Cálculos del autor.

Cuadro 23
 Determinantes de la identificación partidista de 2000 a 2002;
 modelo estadístico de panistas duros y blandos

	<i>Identificación partidista en mayo 2002 (quinta ronda panel)</i>			
	<i>Muy panista</i>		<i>Algo panista</i>	
	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>
<i>VARIABLES DE LA RONDA 1, FEB. 2000</i>				
Muy priísta	0.376		-0.999	*
Algo priísta	-0.072		0.168	
Muy panista	2.276	***	0.311	
Algo panista	0.599		0.855	**
Muy perredista	-0.936		0.565	
Algo perredista	-0.100		-0.043	
Autoubicación izquierda-derecha	0.021		-0.028	
Aprobación al presidente Zedillo	-0.222		0.202	*
Situación económica personal	0.073		-0.075	
Voto por Fox	-0.037		0.600	
Voto por Labastida	-0.512		0.073	
Voto por Cárdenas	-0.031		-0.650	
<i>VARIABLES DE LA RONDA 5, MAY. 2002</i>				
Aprobación al presidente Fox	0.672	***	0.425	***
Situación económica del país	0.378	*	0.020	
Tradición familiar	0.104		0.348	
Factores ideológicos/doctrinarios	0.730	*	0.605	**
Factor candidatos	-0.592		0.711	**
Es un partido ganador	0.692		0.177	
El partido representa bien a gente como yo	0.363		0.738	**
Gobierna bien	0.598	*	0.464	*
<i>VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS, FEB. 2000</i>				
Edad	0.008		-0.003	
Escolaridad	-0.111		0.011	
Ingreso (focos)	-0.015		0.012	
Constante	-6.238	***	-4.337	***
Porcentaje de predicción correcta	92.39		80.38	
Ji-cuadrada del modelo	163.816		158.054	
Significación	0.000		0.000	
-2 Log de la verosimilitud	406.365		763.783	

Sig.: Niveles de significación estadística: *** p<.001; ** p<.01; * p<.05.

Coef.: Coeficiente.

Fuente: Primera ronda de la Encuesta Panel México 2000 (febrero) y su componente panel de quinta ronda en 2002 (mayo). No. de casos analizados: 930. Cálculos del autor.

Cuadro 24
Determinantes de la identificación partidista de 2000 a 2002;
modelo estadístico de perredistas duros y blandos

	<i>Identificación partidista en mayo 2002 (quinta ronda panel)</i>			
	<i>Muy perredista</i>		<i>Algo perredista</i>	
	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>	<i>Coef.</i>	<i>Sig.</i>
<i>VARIABLES DE LA RONDA 1, FEB. 2000</i>				
Muy priísta	0.426		0.564	
Algo priísta	1.479		-0.960	
Muy panista	-4.061		-1.120	
Algo panista	1.289		-0.049	
Muy perredista	1.987	*	-0.481	
Algo perredista	2.319	**	0.908	*
Autoubicación izquierda-derecha	-0.002		-0.104	*
Aprobación al presidente Zedillo	0.054		0.015	
Situación económica personal	-0.447		0.076	
Voto por Fox	-2.473		-0.138	
Voto por Labastida	-1.149		-1.247	*
Voto por Cárdenas	0.901		0.874	
<i>VARIABLES DE LA RONDA 5, MAY. 2002</i>				
Aprobación al presidente Fox	-0.277		-0.261	*
Situación económica del país	0.242		-0.215	
Tradición familiar	0.096		0.408	
Factores ideológicos/doctrinarios	0.937		0.101	
Factor candidatos	-0.293		0.756	*
Es un partido ganador	0.133		0.124	
El partido representa bien a gente como yo	1.146	*	0.030	
Gobierna bien	0.462		0.267	
<i>VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS, FEB. 2000</i>				
Edad	0.046	*	0.007	
Escolaridad	0.822	**	-0.050	
Ingreso (focos)	-0.231	*	-0.148	**
Constante	-6.829	**	-0.384	
Porcentaje de predicción correcta	97.01		93.02	
Ji-cuadrada del modelo	106.692		92.604	
Significación	0.000		0.000	
-2 Log de la verosimilitud	145.695		386.542	

Sig.: Niveles de significación estadística: *** p<.001; ** p<.01; * p<.05.

Coef.: Coeficiente.

Fuente: Primera ronda de la Encuesta Panel México 2000 (febrero) y su componente panel de quinta ronda en 2002 (mayo). No. de casos analizados: 930. Cálculos del autor.

En el caso de la identificación con el PAN, los determinantes del panismo duro resultaron muy similares a los del blando. En ambos casos la afinidad panista previa de la misma intensidad es un factor explicativo importante, es decir, el panismo duro de 2002 se explica significativamente por el panismo duro reportado dos años antes, mientras que el panismo blando de 2002 tenía como uno de sus principales factores explicativo el panismo blando de 2000. El panismo duro previo no explicaba el panismo blando posterior, ni el blando previo el duro posterior. Esto significa que las fluctuaciones intrapartidistas de fortalecimiento o debilitamiento, al igual que con el PRI blando y observadas con los datos en el cuadro 22, no resultaron ser estadísticamente significativas. Es más marcada la persistencia en el partidismo en el tiempo, que su fluctuación intrapartidista.

Además de esos determinantes, el panismo, tanto duro como blando, estaba positivamente relacionado con la aprobación al presidente Fox, con factores de coincidencia doctrinaria con el partido, y con la percepción de que el PAN gobierna bien. Además de eso, las evaluaciones económicas favorables acerca de la situación del país resultaron un factor significativo en el panismo duro, mientras que el panismo blando se vio influido positivamente por la aprobación que se había registrado en 2000 al presidente Zedillo, el factor candidato (principalmente personalizado en Vicente Fox), y la idea de que el partido lo representa bien como ciudadano.

Finalmente, la identificación con el PRD en mayo del 2002 tuvo como determinante fundamental la identificación perredista previa: tanto la afinidad perredista fuerte, como la débil, registradas en 2000, influyeron en la afinidad perredista fuerte de 2002, lo que confirma que, como se había mencionado, el perredismo blando se fortaleció en esos años –este análisis añade la certidumbre de que tal fortalecimiento fue estadísticamente significativo. Adicionalmente, la ideología de izquierda influyó en el sentimiento perredista débil, mientras que la edad y la escolaridad afectaron positiva y significativamente en la identificación perredista fuerte. El nivel de ingreso también desempeñó un papel importante en ambos grados de adhesión hacia el PRD, con los segmentos económicamente menos afluentes siendo más probables, de explicar el sentimiento perredista.

Los datos analizados en esta sección, y correspondientes al periodo 2000-2002, indican que entre todos los distintos factores que intervienen

en una explicación de carácter individual y de naturaleza dinámica de la identificación partidista y sus grados de intensidad, la identificación partidista previa es el factor explicativo clave, lo cual evidencia la importancia de la lealtad partidaria entre el electorado mexicano. Además de este elemento, el priísmo parece tener una fuerte base en la tradición familiar y en el electorado de mayor edad, mientras que los panistas fueron fuertemente influidos en su orientación partidaria por Vicente Fox. Estos últimos no parecen estar tan influidos en sus orientaciones partidarias por la tradición familiar, pero sí por aspectos como la doctrina y la percepción de que el partido gobierna bien, es decir, por el desempeño. El perredismo tiene importantes bases en la ideología de izquierda y en la clase social reflejada en los niveles de ingreso bajos.

La persistencia del partidismo capturada por el estudio panel de 2000 a 2002 señala claras diferencias en la naturaleza de las afinidades partidarias en México. Además de ello, también se han observado diferencias en cuanto a la longevidad del partidismo. La mayoría de los priistas que mantuvieron su identificación partidista entre febrero del 2000 y mayo del 2002 dijeron tener más de 15 años de adhesión al PRI (60 por ciento). La lealtad priísta había persistido por varios años. Aunque recientemente, ese partido ha experimentado importantes proporciones de defección, el núcleo de sus seguidores viene de muy atrás, por lo que pueden considerarse como fuertemente leales. La lealtad se evidencia entre los segmentos de mayor longevidad partidaria. El votante mexicano con mayor longevidad partidaria es clara y entendiblemente el priísta. Esta aseveración se sostiene con los datos presentados en el cuadro 25.

Cuadro 25
Porcentaje de partidistas que mantuvieron su identificación
con el mismo partido político entre febrero de 2000 y mayo de 2002,
según la longevidad reportada de su partidismo

<i>Longevidad partidaria</i>	<i>Priistas</i> %	<i>Panistas</i> %	<i>Perredistas</i> %
Menos de 5 años	16	56	34
De 5 a 15 años	24	26	57
Más de 15 años	60	18	9

Fuente: Primera ronda de la Encuesta Panel México 2000 (febrero) y su componente panel de quinta ronda en 2002 (mayo). Cálculos del autor.

En contraste, la mayoría de los panistas que mantuvieron su identificación entre 2000 y 2002 dijo tener menos de cinco años en su sentido de afiliación política (56 por ciento). La lealtad panista del nuevo siglo se observa más entre aquellos electores que tenían muy poco tiempo de haber adquirido o desarrollado su adhesión al PAN. Por su parte, la mayoría de los perredistas que mostraron una mayor estabilidad en su identificación política reportó una longevidad partidaria de entre 5 y 15 años (57 por ciento).

La evidencia mostrada a lo largo de este capítulo indica que, al haber sido el partido dominante de la política mexicana por mucho tiempo, el PRI logró enraizar profundamente las adhesiones de muchos de sus seguidores, haciéndola la más longeva y la que más suele transmitirse en el hogar, al menos hasta el 2002, cuando se recopilaron los datos para este análisis. Por su parte, el sentido de adhesión o identificación que han desarrollado el PAN y el PRD entre sus seguidores parece más arraigada al momento de la fundación (en el caso del PRD), a la alternancia política (en el caso del PAN), y al liderazgo de figuras carismáticas como Cárdenas y Fox, que a un proceso de socialización e internalización del partidismo, como lo fue, y parece seguir siendo, en el caso del PRI. Saber si el panismo y el perredismo se desarrollarán con mayor profundidad en el seno de la familia o del contexto de la formación del individuo quedará como una asignatura pendiente de investigación.

ESTABILIDAD DEL PARTIDISMO SEGÚN DISTINTAS MEDIDAS DE AFINIDAD PARTIDARIA

La medición de la identificación partidista en México mediante la pregunta “Generalmente, ¿usted se considera priista, panista o perredista?”, la cual toma como base el modelo estadounidense originalmente planteado por los investigadores de Michigan, ha probado ser muy estable en escala individual y ha reflejado relativamente bien las dinámicas del sistema mexicano de partidos a nivel agregado. Sin embargo, en varias partes de este capítulo, y en los dos que le preceden, se ha mencionado que el partidismo se ha medido de distintas maneras en diversos países. En Europa, por ejemplo, durante muchos años se ha empleado una escala de cercanía con los partidos políticos, que incluso

permite tener identidades políticas múltiples y no necesariamente excluyentes, como lo establece la escala de Michigan. ¿Podría ser esa forma de medir el partidismo una manera más apropiada para México? En otras palabras, ¿la forma como se ha medido el partidismo en México, de acuerdo con el planteamiento original de los autores de *El votante americano*, es realmente la más confiable y válida, o necesitamos voltear al sistema europeo para desarrollar otra medida más apropiada a nuestro sistema de partidos?

Para dar una respuesta a estos cuestionamientos contamos con los datos recopilados por el estudio CNEP-III en México, con un diseño tipo panel que incluyó entrevistas inmediatamente previas a la elección presidencial de 2006 y otra inmediatamente después de los comicios. El lapso transcurrido entre ambas rondas de entrevistas fue entre tres semanas y un mes, entre junio y julio de ese año. Además de ofrecer este componente tipo panel, que tan valioso ha sido para ilustrar varios fenómenos del partidismo individual a lo largo de este capítulo, la encuesta CNEP-III en México también tiene otro aspecto de particular interés: la inclusión de medidas alternativas del partidismo. Una de ellas sigue el sentido típico de identificación que hasta ahora hemos analizado, con un fraseo análogo a la escala de Michigan. Otro es el fraseo típico utilizado en Europa referente a la cercanía con los partidos políticos. El análisis que se desarrolla a continuación se enfoca a lo siguiente: 1) la relación que hay entre las dos formas de medición; 2) el grado de estabilidad que cada una presenta, y 3) la relación que cada modalidad guarda con otras variables de opinión relevantes al partidismo. La conclusión es que el fraseo análogo a la escala original de Michigan provee una medición más sólida y confiable acerca de las orientaciones partidarias de los mexicanos que el fraseo de cercanía típicamente utilizado en Europa. Esto no significa que la medición europea sea del todo débil y que deba descartarse del análisis en nuevas democracias como la mexicana, pero sí sugiere que la versión europea del partidismo arroja mediciones menos sólidas en México que la medición estadounidense.

En el cuadro 26 se muestra la relación que hay entre las variables de partidismo, medidas con las preguntas de identificación y cercanía, así como las distribuciones totales para cada medición en la ronda de entrevistas realizadas antes de la elección presidencial de 2006. El cuadro 27 repite esta información con base en las entrevistas realizadas después del 2 de julio de ese año. En lo general, puede apreciarse que la intensidad de la identificación partidista está claramente relacionada con la cercanía al partido propio, y con

el distanciamiento con los otros partidos. Puede decirse que los partidistas duros suelen sentirse muy cercanos a su partido, mientras que los blandos es más probable que se sientan “algo cercanos” a sus respectivos partidos. Hasta aquí, ambas mediciones parecen perfectamente sustitutas.

Sin embargo, esta relación dista de ser perfecta. Por ejemplo, solamente 59 por ciento de los priístas duros reportó sentirse muy cercano al PRI en la encuesta previa a la elección presidencial (de hecho, 22 por ciento afirmó sentirse, en ese momento, muy distante a su partido). Esto

Cuadro 26
Dos medidas alternativas de partidismo, identificación y cercanía, medidas en el estudio CNEP-III México, 2006
(Ronda preelectoral de junio)

<i>Cercanía que siente hacia los partidos</i>	<i>Identificación partidista</i>							<i>Total %</i>
	<i>Muy priista %</i>	<i>Algo priista %</i>	<i>Muy panista %</i>	<i>Algo panista %</i>	<i>Muy perredista %</i>	<i>Algo perredista %</i>	<i>Independiente %</i>	
<i>Con el PRI</i>								
Muy cercano	59	21	1	1	16	6	2	11
Algo cercano	12	53	9	9	9	16	14	18
Algo distante	5	12	20	23	15	17	16	15
Muy distante	22	12	66	60	56	56	57	47
No sabe	2	2	4	7	4	5	11	9
<i>Con el PAN</i>								
Muy cercano	6	4	70	19	1	1	2	8
Algo cercano	14	17	23	60	11	11	20	22
Algo distante	20	25	2	11	20	25	17	17
Muy distante	58	52	5	7	62	57	50	44
No sabe	2	2	0	3	6	6	11	9
<i>Con el PRD</i>								
Muy cercano	2	3	0	3	68	30	5	10
Algo cercano	9	12	7	8	12	45	15	15
Algo distante	15	21	17	15	4	6	13	13
Muy distante	73	62	71	67	12	15	56	53
No sabe	1	2	5	7	4	4	11	9
Total	9	12	5	12	7	8	38	

Fuente: Estudio tipo panel CNEP-III México 2006, primera ronda preelectoral, junio 2006 (no se muestran otros partidos ni los apolíticos). N = 2,014.

Cuadro 27
 Dos medidas alternativas de partidismo, identificación y cercanía, medidas
 en el estudio CNEP-III México 2006
 (Ronda poselectoral de julio)

<i>Cercanía que siente hacia los partidos</i>	<i>Identificación partidista</i>							<i>Total %</i>
	<i>Muy priista %</i>	<i>Algo priista %</i>	<i>Muy panista %</i>	<i>Algo panista %</i>	<i>Muy perredista %</i>	<i>Algo perredista %</i>	<i>Independiente %</i>	
<i>Con el PRI</i>								
Muy cercano	69	24	3	0	1	0	4	10
Algo cercano	18	49	10	11	5	11	13	16
Algo distante	6	9	27	33	25	25	21	21
Muy distante	6	17	57	54	66	61	54	47
No sabe	1	1	3	2	3	3	11	6
<i>Con el PAN</i>								
Muy cercano	7	5	64	17	1	1	4	10
Algo cercano	21	29	28	69	12	15	25	30
Algo distante	28	23	3	7	23	31	19	19
Muy distante	41	40	4	6	61	50	41	35
No sabe	3	3	1	1	3	3	11	6
<i>Con el PRD</i>								
Muy cercano	1	3	0	1	76	32	3	11
Algo cercano	11	12	6	8	17	60	20	20
Algo distante	21	26	20	26	1	4	17	17
Muy distante	64	56	72	63	5	3	48	46
No sabe	3	3	2	2	1	1	12	6
Total	9	12	7	16	7	12	34	

Fuente: Estudio tipo panel CNEP-III México 2006, segunda ronda poselectoral, julio 2006 (no se muestran otros partidos ni los apolíticos). N = 2,102.

es un indicador de que la cercanía no necesariamente mide una identificación de largo plazo, como lo establecía la escuela de Michigan, sino un sentimiento coyuntural a los partidos políticos. De otra manera, ¿cómo se explicaría que uno de cada cinco priistas duros haya sentido un distanciamiento tan intenso hacia su propio partido justo a unos días de celebrarse la elección presidencial? Además, los priistas blandos sentían un poco más de cercanía en ese momento hacia su partido político (74 por ciento, sumando el sentimiento muy y algo cercano) que los priistas duros (71 por ciento), considerando la ronda preelectoral de la encuesta.

Hacia la ronda poselectoral, las cosas lucían más “normales”, con 87 por ciento de los priístas duros que manifestaban un sentimiento de cercanía hacia su partido, y 73 por ciento de priístas blandos que compartían esa misma actitud. Por el contrario, el distanciamiento del partido sufrió cierta variación entre la ronda previa a la elección y la posterior. Por ejemplo, antes de la elección 78 por ciento de los priístas duros dijo sentirse algo o muy distante del PAN y 88 por ciento afirmó lo mismo con respecto al PRD, mientras que en la encuesta poselectoral, el distanciamiento era de 69 por ciento con respecto al PAN (cuyo candidato fue declarado como posible ganador de la contienda en los primeros anuncios que hizo el IFE), y de 85 por ciento con el PRD.

En el caso de los panistas, el nivel reportado de cercanía con su propio partido antes de la elección fue de 93 por ciento entre los panistas duros y de 79 por ciento entre los panistas blandos. Después de la elección, la proporción se mantuvo en 92 por ciento entre los panistas duros y subió ligeramente, a 86 por ciento, entre los blandos. Por otro lado, el sentido de distanciamiento hacia los otros partidos arrojó las siguientes cifras: 86 por ciento de panistas duros y 83 por ciento de blandos se sentían distanciados del PRI antes de la elección, y se mantuvieron en niveles más o menos similares de 84 y 87 por ciento, respectivamente, una vez que la elección tuvo lugar. La proporción de distanciamiento hacia el PRD, por otra parte, era de 88 por ciento entre los panistas duros antes de la elección (y 92 por ciento después de ésta), y de 82 por ciento entre los panistas blandos (porcentaje que subió a 89 por ciento tras los comicios). Estas tendencias señalan que los panistas se sentían clara y lógicamente distanciados del PRD, y ese alejamiento se acentuó después de la elección presidencial.

Sin embargo, en el caso de los perredistas se observa una lógica un poco distinta. El distanciamiento con el PAN era mayor que con el PRI en las entrevistas previas a la elección presidencial, pero el que los perredistas experimentaban con el PAN no aumentó notoriamente después de la elección: entre los perredistas duros pasó de 82 a 84 por ciento, y entre los blandos de 82 a 81 por ciento. Sin embargo, el sentido de cercanía hacia su propio partido se intensificó. Entre los perredistas duros, el sentimiento de cercanía hacia el PRD pasó de 80 a 93 por ciento, mientras que entre los perredistas blandos el aumentó fue de 75 a 92 por ciento. En otras palabras, los cerraron filas en torno a su partido político en los días posteriores a la elección.

Si bien las dos mediciones de partidismo examinadas en esta sección muestran tener suficiente carga afectiva hacia sus respectivos partidos, lo

cierto es que también arrojan distribuciones agregadas de partidismo distintas. La variable de identificación indica una distribución partidaria previa a la elección de 21 por ciento priístas, 17 por ciento panistas y 15 por ciento perredistas y 38 por ciento independientes, mientras que la variable de cercanía arrojó 29 por ciento de priístas, 30 por ciento de panistas, y un 25 por ciento de perredistas. Es muy probable que en la medición de "cercanía" esté incluido un cierto número de independientes inclinados (*leaners*) en la opción "algo cercano". Vale la pena mencionar, sin embargo, que las proporciones de identificación deben sumar 100 por ciento cuando se añaden los apolíticos y otros partidos, pues son categorías excluyentes, pero las de cercanía no, ya que provienen de variables distintas. En la medición poselectoral, los porcentajes de identificación priista, panista y perredista fueron 21, 23 y 19 por ciento, respectivamente, mientras que las de cercanía con el PRI, PAN y PRD fueron 26, 40 y 31 por ciento, también respectivamente. Las proporciones de identificación partidaria de una a otra encuesta variaron 10 puntos porcentuales acumulados (considerando los tres partidos), para un promedio de 3.3 puntos por partido. En contraste, la variación en el caso de la cercanía con los partidos sumó 19 puntos, para un promedio de variación de 6.3 puntos por partido. Esto significa que la medida de identificación es más estable que la de cercanía, pero para eso hay una prueba a la cual recurrimos previamente y de nuevo parece tener utilidad en esta discusión: los coeficientes de contingencia como un indicador de la estabilidad individual en dos tiempos distintos.

Calculando dichos coeficientes, la relación de las variables de identificación partidista de nueve categorías, medida antes y después de la elección presidencial de 2006, resulta en un valor de .67. Por su parte, la estabilidad de la medición de cercanía con el PAN en esos dos momentos fue de .47; la estabilidad de la cercanía con el PRI también fue de .47, y la de cercanía con el PRD, de .49. Esto, en pocas palabras, significa que la variable de identificación partidista resulta una medición mucho más estable en escala individual que las variables de cercanía con los partidos políticos. Pero, si bien parece ser un poco más robusta, empíricamente hablando, ¿también tiene la variable de *identificación* efectos políticamente más relevantes que la variable de *cercanía*?

Para responder a esta pregunta se compara la relación que cada una de esas variables mostró tener en otras actitudes y formas de conducta política medidas en la ronda preelectoral del estudio CNEP-III México 2006, tales como la intención de voto, el momento en que se tomó tal decisión, si ésta se cambiaría o no, el interés en las campañas, la propensión a salir

a votar, y la opinión acerca del candidato propio y del principal oponente. Esta comparación nos permite saber si alguna de las dos variables tiene más influencia en otras y en qué medida, o si el efecto observado es el mismo, en cuyo caso podría plantearse la conclusión de que cualquiera de las dos mediciones puede utilizarse de manera sustituta. Los resultados del análisis para este propósito se muestran en el cuadro 28.

En principio, y con base en la información de la primera columna, relativa a la intención de que el partidista vote por el candidato de su propio partido político, el efecto observado de la identificación es ligeramente mayor que el de la cercanía entre los partidistas duros (o muy cercanos), y bastante mayor entre los partidistas blandos (o algo cercanos). El porcentaje que manifestó su intención de votar por el candidato de su partido entre los partidistas duros es, en promedio, 5.3 puntos porcentuales mayor al de los electores muy cercanos a su partido. En el caso de los partidistas blandos, la intención de votar por su partido es, en promedio, 29.7 puntos mayor que la que manifiestan los electores algo cercanos a los partidos. Esto significa que, si bien la más alta intensidad de partidismo en cada una de las dos mediciones produce una diferencia poco significativa, la intensidad blanda sí genera una diferencia significativa, lo cual hace pensar en si la opción de sentirse “algo cercano” a un partido realmente es un indicador de partidismo blando o de simple simpatía o partidismo múltiple.

A pesar de esta marcada diferencia en la intención de voto, otras variables como el interés en las campañas, causan una variación mucho menor en los porcentajes de respuesta de partidistas *identificados* y *cercanos*, e incluso la influencia de la cercanía puede hasta lucir ligeramente más fuerte que la de la identificación, como es el caso de la probabilidad manifiesta de salir a votar. Aunque en este último punto, como bien se sabe, los entrevistados tienden a sobrevalorar su conducta futura, por lo general afirmando en mayor proporción que participarán en una elección cuando en realidad terminan por no hacerlo. De ser el caso, la medición de identificación podría, de hecho, arrojar estimaciones más realistas –o menos sobrevaluadas de participación electoral– que la medición de cercanía. Esto añade otro punto favorable a la identificación por encima de la cercanía como una medida apropiada del partidismo en México.

Otra variable que arroja cierta similitud entre partidistas duros y muy cercanos es el momento en el que reportan haber tomado su decisión de voto: la mayoría dice haberla tomado mucho antes de la elección (lo cual sería de esperarse entre los partidistas fuertes). Sin embargo, al

Quadro 28
Efecto de la identificación y cercanía partidarias en otras actitudes y conductas políticas en 2006

	Intención de votar por el candidato de su partido %	Mucho o algo de interés en las campañas presidenciales %	Muy probable que vote en la elección (10) %	Decisión de voto mucho antes de la elección %	Decisión de voto definitiva, no cambiaría %	Opinión total-mente favorable hacia el candidato de su partido (10) %	Opinión total-mente desfavorable hacia el candidato opo-nente (1) %
<i>Identificación</i>							
Muy priista	70	58	84	60	86	45	22
Algo priista	65	44	71	41	67	37	24
Muy panista	88	53	79	70	93	67	21
Algo panista	76	53	73	52	77	41	20
Muy perredista	87	61	77	68	87	61	33
Algo perredista	83	45	73	57	82	41	23
<i>Cercanía</i>							
Muy cercano al PRI	64	55	84	61	85	58	21*
Algo cercano al PRI	39	49	72	40	66	27	18*
Muy cercano al PAN	82	57	82	64	85	64	23
Algo cercano al PAN	47	51	71	42	66	28	17
Muy cercano al PRD	83	61	80	61	85	62	32
Algo cercano al PRD	49	51	70	46	66	29	17

* Se tomó el candidato con porcentaje más alto de rechazo, en este caso López Obrador.

Fuente: Estudio tipo panel CNEP-III México 2006, primera ronda preelectoral, junio 2006 (no se muestran otros partidos ni los apolíticos). N = 2,014.

observar a los partidistas blandos y a los que se dicen algo cercanos a un partido, de nuevo las discrepancias destacan, pues los identificados blandos muestran porcentajes más altos de una decisión previa (léase de lealtad partidaria) que los moderadamente cercanos. Este mismo patrón se repite con relación a la variable de si la decisión de voto que ha tomado es definitiva o aún cree que se podría cambiar. Mientras que los partidistas duros muestran un porcentaje ligeramente mayor (en promedio) de firmeza en esa decisión que los electores muy cercanos a un partido, el porcentaje es notoriamente mayor si se compara con los partidistas blandos en relación con los que se dicen algo cercanos. En general, este patrón suele repetirse, con algunos matices menores, al examinar el efecto de ambas mediciones en la opinión por el candidato del partido propio y por el candidato que se percibe como principal contendiente. Los partidistas duros y los muy cercanos a un partido muestran diferencias menores que las que se observan entre partidistas blandos y electores algo cercanos.

En México la medición de la identificación partidista en un sentido análogo a la desarrollada por los investigadores de la Universidad de Michigan refleja una mayor correspondencia con el voto que la medición al estilo europeo de cercanía con un partido político. Sin embargo, la influencia en otras actitudes y formas de conducta suele reflejar diferencias menos marcadas entre los partidistas de mayor intensidad y diferencias más marcadas entre los de menos intensidad. En ese caso, la identificación refleja una mayor influencia que la cercanía. Si a esto se le añade que, como se mencionó, la medida de identificación muestra una mayor estabilidad en el tiempo que la de cercanía, la primera constituye una forma más apropiada para medir las orientaciones partidarias de largo plazo de los mexicanos.

En resumen, aunado a los hallazgos de los dos capítulos anteriores, en este capítulo se ha mostrado que, en escala individual, el partidismo es el rasgo político más notable, influyente y estable del elector mexicano. Su representación mediante de la pregunta clásica de identificación partidista desarrollada en el ámbito estadounidense es, al parecer, más adecuada que la medición de cercanía partidaria más comúnmente utilizada en Europa. No obstante, el entorno europeo y la literatura que explica la conducta electoral en esos países proveen una herramienta analítica muy poderosa para entender las elecciones en México: la noción de alineaciones partidarias en torno a clivajes o líneas de conflicto político, tema que se examina en el siguiente capítulo.

Ideología y competencia política

Desde hace décadas, las dinámicas de la competencia electoral en las democracias han sido entendidas, en buena medida, en función de un continuo de izquierda-derecha. A mediados del siglo xx, Seymour Martin Lipset (1959/1984) escribió extensamente acerca de la diferencia entre los partidos de izquierda y los de derecha, mientras que Anthony Downs (1957) sentaría las bases de buena parte del análisis electoral actual, con la idea de que los partidos políticos y los votantes pueden localizarse en una dimensión ideológica, por lo que, al saber la distribución de estos últimos en dicha dimensión, pueden entenderse las estrategias de los partidos y la naturaleza de su apoyo. Así pues, la ciencia política, en su intento por comprender los vínculos entre votantes y partidos, se ha basado en la noción de “dimensiones de competencia”. Éstas pueden reflejar divisiones en la estructura social, en las orientaciones valorativas o en sistemas de creencias encontrados con respecto a lo que debe ser la sociedad, la economía y la política, y el continuo izquierda-derecha ha sido una herramienta analítica muy útil para representarlas. Su poder explicativo en el voto ha sido tal, que en la reciente edición de *El votante europeo* (Thomassen, 2005) se reconoce que “las orientaciones de izquierda y derecha de los ciudadanos constituyen normalmente uno de los factores que determinan las decisiones de los votantes europeos en las urnas” (Van der Eijk, Schmitt y Binder, 2005: 167).

En México, la noción de “izquierdas” y “derechas” no ha sido ajena al debate político. La influencia de las posturas ideológicas en el voto individual ya se había explorado desde las elecciones de 1988 y 1991 (ver Domínguez y McCann, 1995) y se documentó durante los años noventa (Moreno, 1999b). Sin embargo, los significados de izquierda y derecha reflejaban, más que el típico conflicto entre clases sociales o entre capitalismo y socialismo, la pug-

na por la democracia, la alternancia y el cambio político. La elección presidencial de 2000 terminó de apuntalar a la izquierda como prodemocrática y antipriísta, y a la derecha como autoritaria y favorable al sistema de partido dominante. Sin embargo, las apelaciones a izquierdas y derechas fueron pocas en el discurso político. La correspondencia entre postura y temática se observaba más a nivel de los ciudadanos. Los votantes solían atribuir las posturas de derecha a todo lo que fuera gobierno, y las de izquierda a todo lo que se opusiera a éste, definiendo un eje gobierno-oposición que tuvo su más fuerte manifestación en el voto de 2000.

La elección presidencial de 2006, en cambio, sí se enmarcó más claramente como una competencia entre la izquierda y la derecha. López Obrador fue particularmente diáfano al referirse a su candidatura y a su proyecto de gobierno como una izquierda auténtica, y en señalar a su principal oponente como el representante de la derecha conservadora. Varios meses antes de la elección ya se había vislumbrado claramente esa polaridad entre los electores, como lo refleja el siguiente texto publicado en marzo de 2006 y basado en una encuesta de valores realizada en noviembre de 2005, casi ocho meses antes de la elección:

La contienda presidencial exhibe tres opciones políticas, las cuales se dividen, por lo menos, en 90 por ciento de las intenciones de voto. Sin embargo, dos de ellas disputan más intensamente la posición puntera y, además, tienen prácticamente dividido al electorado en polos ideológicos: López Obrador domina en la izquierda, mientras que Felipe Calderón aventaja en la derecha.

Esta composición bipolar, dominada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y el Partido Acción Nacional (PAN), no tiene precedentes en las elecciones federales. Nunca antes se había observado una elección a nivel nacional en donde el PRI no figurara como primera o segunda fuerza político-electoral. Además, la división ideológica en la era de competitividad electoral que se abrió con la elección de 1988 se había entendido, en todo caso, bajo una óptica política, como una confrontación entre el PRI y la oposición. En un influyente artículo publicado en 1995, los politólogos Jorge Domínguez y James McCann sostenían que la decisión individual de voto de los mexicanos consideraba, en primera instancia, si votar o no por el PRI, dejando en un segundo término la decisión de votar por algún otro partido. Las circunstancias actuales llaman claramente a reevaluar ese modelo. Para el nuevo votante mexicano, la principal dimensión de competencia entre los partidos, y que fue central hasta las elecciones presidenciales de 2000, ya no es de orden político. Los tiempos en que el fin primor-

dial del voto era el *statu quo* priísta vs. la alternancia han quedado atrás. Hoy en día, los contenidos de la izquierda y la derecha apelan más a los valores sociales liberales y conservadores, y a las preferencias de redistribución económica estatista y de mercado (Moreno, 2006b: 54-55).

En este capítulo se revisa la relación que hay entre las orientaciones de izquierda y derecha y las preferencias electorales. El propósito principal es mostrar que, si efectivamente el continuo izquierda-derecha es portador de los principales significados del conflicto político-electoral, entonces un debido entendimiento de éste y de sus dinámicas nos permitirá delinear con la mayor claridad posible la naturaleza de las coaliciones de electores en el país. Además, es necesario examinar cómo se han venido transformando dichas orientaciones ideológicas, tanto desde el punto de vista del equilibrio de posturas de izquierda y de derecha, es decir, su distribución en el electorado, como desde la perspectiva de sus significados. En general, las dimensiones subyacentes, pero predominantes, del contenido ideológico de izquierda y derecha son muy relevantes para entender la competencia electoral en el país.

IDEOLOGÍA Y VOTO

La elección presidencial de 2006 parece haber sido mucho más ideológica que la de 2000, pues la movilización de las predisposiciones de izquierda y derecha fue más notoria, además de que el peso relativo de esas predisposiciones en la decisión individual de voto fue más fuerte (como se verá en el capítulo VII). En 2000, Vicente Fox atrajo más votos del electorado de izquierda y centro-izquierda que el propio Cuauhtémoc Cárdenas, los cuales sumó a su coalición natural de centro y centro-derecha, pero el panista perdió el voto de la derecha ante el candidato del PRI, Francisco Labastida (Moreno, 2006a). ¿Por qué el PAN, si normalmente se percibía como un partido de derecha, logró ganar su primera elección presidencial con un fuerte apoyo de la izquierda? La respuesta simple y corta es que el electorado de izquierda era, primero que nada, antipriísta, y Fox representaba la opción más probable para derrotar al PRI. Esto significa que la alternancia, como un fin, desempeñaba un papel más importante en la lógica del votante que las diferencias ideológicas y programáticas. Las investigaciones que detectaron que los típicos contenidos ideológicos de capitalismo

versus socialismo entre el electorado mexicano eran, efectivamente, secundarios ante la tarea inmediata de sacar al PRI de Los Pinos (Moreno, 1996b, 1998, 1999a, 1999b, 2006a), también pusieron las bases para entender la llamada Coalición del Cambio, es decir, el conjunto de votantes que apoyaron a Fox en 2000. Dicha coalición estaba constituida por electores que eran, en promedio, más jóvenes, más urbanos y más escolarizados que el electorado priista. Su oposición al partido oficial era una de las fuerzas subyacentes más notorias en su conducta electoral, por lo que cualquier diferenciación ideológica pasaba a un segundo plano (Moreno, 2003; 2006a).

Durante el aumento de la competencia electoral en México, los términos de izquierda y derecha solían estar más vinculados con las actitudes hacia la democracia y el proceso de democratización que con el clásico conflicto socioeconómico. Como se apuntó en su momento,

en un principio, la cristalización de orientaciones político-ideológicas [en México] ha reflejado el contexto de la transición a la democracia, las presiones de cambio y la resistencia al cambio que experimentan las sociedades que transitan hacia un sistema político más abierto y competitivo. De esta manera, el tema más importante de conflicto durante el proceso de cambio no ha sido otro que el cambio mismo, o, más específicamente, el cambio hacia la democracia (Moreno 1999b: 45).

En este sentido, la evidencia de encuestas realizadas en 1990 y 1997 mostraba que

los puntos de vista opuestos con respecto a la democracia están fuertemente relacionados con las preferencias partidarias, [y] la dimensión de izquierda-derecha refleja bien esos puntos de vista encontrados, con la "izquierda" representando a las actitudes prodemocráticas, [...] y la "derecha" a las posturas autoritarias (Moreno, 1998).

A pesar de que ese contenido temático de las posturas de izquierda y derecha era primordial en el México de los noventa, en esas investigaciones también se planteó que, una vez resuelto el problema de la alternancia, su significado era probable que retomara el conflicto clásico entre orientaciones económicas, o que adoptara la creciente influencia de los valores liberales y fundamentalistas o conservadores:

[...] la transición a la democracia y su consolidación son procesos temporales, y es probable que los temas primordiales de conflicto y competencia que se desarrollan durante esos procesos también sean temporales. Puede

esperarse que el proceso de consolidación de un sistema democrático en México vaya acompañado por un remplazo gradual del tema de la democracia por otros temas que interesan y afectan a los ciudadanos: cuestiones de redistribución y bienestar económico, formas alternativas para promover la seguridad pública, propuestas de participación y extensión de los derechos de las minorías, ampliación de las oportunidades de trabajo y desarrollo de la mujer, etcétera (Moreno, 1999b: 46).

Esta expectativa, de hecho, se cumplió en 2006, cuando los significados de izquierda y derecha habían dejado de lado su preminente connotación política de los noventa y adoptado las clásicas posturas en torno a un conflicto económico.

Pero el cambio en los significados de izquierda y derecha no es un fenómeno que solamente se haya observado en el país. En otras democracias emergentes del mundo poscomunista, donde regía un sistema de partido único y poca o nula competencia política, algunos estudios han mostrado evidencia de una transformación en los contenidos ideológicos de izquierda y derecha. En Ucrania, por ejemplo, los puntos de vista respecto a la democracia eran fuertes determinantes de esas posturas ideológicas durante las etapas tempranas de la competencia electoral, pero luego adoptaron un significado más cercano a las típicas orientaciones socioeconómicas predominantes en otras sociedades (Klobucar, Miller y Erb, 2002). Por otra parte, en el electorado ruso también se documentaron cambios en los significados de izquierda y derecha: "Nuestra evidencia sugiere que ciertamente ha habido un cambio dramático en el carácter de izquierda y derecha en Rusia señalado por las posturas en una escala [ideológica], en donde su significado ha evolucionado en gran medida a la par de la transición política y económica" (Evans y Whitefeld, 1998: 1026). En Polonia, las opciones políticas alguna vez unidas ante un enemigo común, el partido comunista, posteriormente, ya sin ese frente, se dividieron en opciones de izquierda y derecha en franca competencia electoral.

En México, la Coalición del Cambio, formada por electores urbanos, más jóvenes y más escolarizados que los votantes priístas, se fue desarrollando poco a poco desde los años ochenta, cuando el PRI comenzó a perder elecciones a nivel locales. El creciente voto antipriísta fue, en ese sentido, un producto de la modernización del país. La contienda presidencial de 1988 fue, probablemente, el primer momento en que esta coalición de electores se manifestó tan masiva y contundentemente; sin embargo, el punto climático de expresión del electorado moderno antipriísta se dio en los comicios de

2000, cuando el voto a favor de Fox propinó al PRI su primera derrota en una elección presidencial. Precisamente porque la Coalición del Cambio se fue gestando desde años atrás, la elección de 2000 pudiera verse no como la primera de una nueva era democrática, sino como la última de una era en la que el eje principal de conflicto se daba entre la continuidad del PRI y la preferencia por el cambio, y cuyos polos enfrentaban a un electorado más tradicional, rural, de mayor edad y de menor escolaridad, de un lado, y un electorado más moderno, más urbano, más joven y más escolarizado, del otro.

De aceptarse ese punto de vista, la elección presidencial de 2006 podría considerarse como la primera de una nueva era de competencia político-electoral en México. En esa elección, el PRI no figuró como una de las dos opciones con mayor apoyo electoral, sino que cayó al tercer lugar, con un electorado significativamente reducido y ligeramente envejecido. La coalición de electores que buscaba el cambio, y ante lo cual anteponía dicho fin a sus diferencias ideológicas internas, ya sin un enemigo común en 2006 quedó bifurcada: la izquierda de un lado, apoyando al candidato perredista, y la derecha del otro, favoreciendo a Felipe Calderón. Sin el PRI en Los Pinos, la Coalición del Cambio probó ser más endeble, más ideológica, e incluso más sensible a la polarización de lo que había mostrado ser cuando el PRI controlaba el poder Ejecutivo. En ese sentido, la coalición de votantes que llevó al candidato del PAN a la Presidencia de la República en 2000, fue muy distinta de la que votó por el candidato de ese mismo partido político en 2006. Esta transformación refleja no sólo un reacomodo de votantes en el continuo izquierda-derecha, sino también una redefinición en los contenidos temáticos de estos conceptos, como ya se mencionó. Es probable que tan sólo de 2000 a 2006 los mexicanos hayan experimentado una significativa realineación ideológica, como se ha sugerido en otras partes (ver Moreno, 2006d). Sin embargo, también es probable que no se trate solamente de una realineación, sino de un cambio en la importancia de las dimensiones de conflicto político. Como se argumentó desde el principio del libro, la dimensión política de competencia prevaleciente en los noventa y hasta 2000 cedió centralidad a una dimensión económica de izquierda-derecha en 2006.

Analizar la relación que hay entre las posturas ideológicas de izquierda y derecha y el voto nos permite delinear, junto con el partidismo explorado en los capítulos anteriores, un componente adicional de largo plazo definitorio de las coaliciones de electores en México. Aun cuando pueden estar fuertemente relacionados entre sí, algunos autores han argumentado que

el partidismo y las posturas ideológicas son aspectos diferentes del elector: “El estatus teórico del concepto de izquierda-derecha en los estudios electorales es por tanto inherentemente distinto a la noción de identificación partidista” (Van der Eijk, Schmitt y Binder, 2005: 167). Como rasgos del votante, ambos aspectos nos ayudan a entender la naturaleza de las coaliciones electorales que se forman en torno a los partidos y sus candidatos. El tema central de este libro es, precisamente, ilustrar cómo cambiaron las coaliciones de votantes entre 2000 y 2006 y qué implicaciones probablemente tenga dicho cambio para la competencia político-electoral futura en el país. La coalición del cambio fue duradera, formándose muy probablemente en los años ochenta y creciendo en tamaño hacia finales de los noventa, para desempeñar un papel crucial en la victoria de Fox en 2000. Sin embargo, después de la alternancia, dicha coalición se resquebrajó, y los electores de izquierda que votaron por Fox no refrendaron su voto por Calderón. ¿Qué tan probable es que las coaliciones de electores observadas en 2006 perduren en otras elecciones presidenciales como la de 2012? ¿Seguirán los electores polarizados en izquierda y derecha o buscarán opciones más moderadas?

Como se mencionó, a pesar de que Fox y Calderón eran candidatos del mismo partido, el PAN, las coaliciones de votantes que llevaron a cada uno a la presidencia fueron en muchos sentidos diferentes. Para tener una idea de esas diferencias, las encuestas de salida realizadas durante las jornadas electorales de 2000 y 2006 nos ofrecen información relevante, en particular sobre la relación que guardan las posturas ideológicas con el voto. En el cuadro 29 se muestra la desagregación del voto por los principales candidatos presidenciales según la categoría ideológica a la que dijo pertenecer el votante. Como puede apreciarse, la coalición de votantes que apoyó a Fox se distribuyó a lo largo de casi todo el espectro ideológico, desde las posturas de izquierda, donde obtuvo 50 por ciento de los votos, pasando por las de centro-izquierda y centro, en donde obtuvo 54 y 51 por ciento, respectivamente, y hasta la postura de centro-derecha, en donde alcanzó 59 por ciento de las preferencias. En todas esas categorías de votantes, Fox venció a Labastida, logrando incluso diferencias de votación mayores a 30 puntos en las categorías de izquierda y centro-izquierda, en donde, por cierto, también venció a Cárdenas con relativa facilidad. Sin embargo, Labastida derrotó a Fox en la categoría de votantes de derecha, superándolo por 26 puntos porcentuales: 56 por ciento a favor del priísta, contra un 30 por ciento que respaldó al panista.

Cuadro 29
Voto para Presidente según la orientación ideológica de los votantes
en las elecciones de 2000 y 2006

	2000			2006		
	Cárdenas %	Labastida %	Fox %	López Obrador %	Madrazo %	Calderón %
Izquierda	32	17	50	65	15	16
Centro-izquierda	24	19	54	56	19	23
Centro	15	32	51	32	24	38
Centro-derecha	6	34	59	21	21	54
Derecha	12	56	30	24	26	47
Total	18	36	44	37	23	37

Nota: El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala en 2000 fue: 1 = 21%; 2 = 10%; 3 = 23%; 4 = 9%; 5 = 36%; ese mismo año, las posiciones promedio de los votantes de cada candidato fueron: Cárdenas = 2.66; Fox = 3.02; Labastida = 3.96. El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala en 2006 fue: 1 = 20%; 2 = 8%; 3 = 25%; 4 = 8%; 5 = 39%; ese mismo año, las posiciones promedio de los votantes de cada candidato fueron: López Obrador = 2.71; Calderón = 3.89; Madrazo = 3.66.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n=3,377) y 2006 (n=5,815).

En contraste, la coalición que apoyó a Calderón en 2006 fue ideológicamente muy diferente de la coalición de Fox. A diferencia del guanajuatense, Calderón ganó el voto de la derecha, superando a Roberto Madrazo en un electorado que había apoyado holgadamente a Labastida seis años antes; pero el panista perdió entre los votantes de centro-izquierda e izquierda. Mientras que estos últimos habían dado cómodas ventajas a Fox en 2000, en 2006 se manifestaron abrumadoramente a favor de López Obrador. También los votantes de centro, que habían sido relativamente más generosos con Fox en 2000, hacia 2006 representaron la categoría más competida del espectro político, otorgando al final una leve ventaja a Calderón. El candidato panista de 2006 refrendó solamente el apoyo de los votantes de centro-derecha que habían dado su mejor desempeño electoral a Fox. Esto último significa que, a pesar de los cambios observados en el apoyo electoral de los votantes de izquierda y derecha, las posturas de centro-derecha son las más vinculadas con el voto panista. En ese segmento se puede apreciar su electorado más comprometido y más estable (por lo menos en las dos elecciones presidenciales aquí analizadas).

Como se apuntó en el prefacio a esta edición, los ejes discursivos de las campañas presidenciales de Fox y Calderón fueron distintos. Fox llamó

al electorado a votar por un cambio, a arriesgarse con una opción distinta a la que había gobernado al país durante siete décadas. En contraste, Calderón se guió por una estrategia casi totalmente opuesta, llamando a los electores a votar por la continuidad y a no arriesgarse con una opción que fue tildada de “peligrosa”. La campaña panista de 2000 se benefició del mensaje de cambio, mientras que la de 2006 sacó provecho del no cambio. Además de haber contado con el nicho natural del PAN, encontrada en las posturas de centro-derecha del espectro político, a Fox le respondió también la izquierda. A Calderón, la derecha.

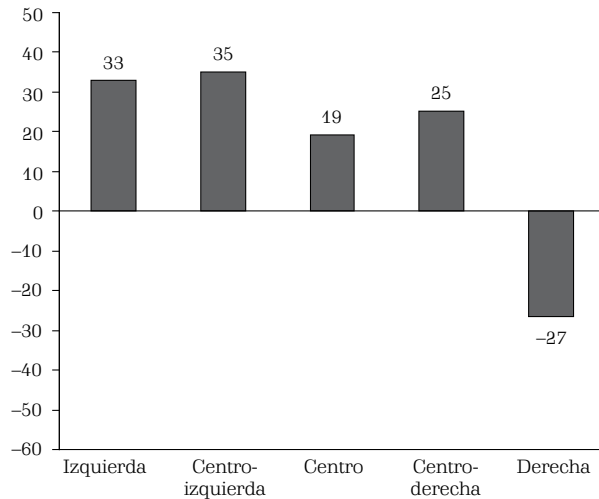
La naturaleza ideológica de las coaliciones de votantes que otorgaron el triunfo a los candidatos del PAN en 2000 y en 2006 puede apreciarse en las gráficas 2 y 3. En ambas se muestra la diferencia, en puntos porcentuales, entre el voto obtenido por el candidato del PAN en cada elección y el porcentaje conseguido por su principal oponente en cada una de las categorías ideológicas de los votantes. Dicha diferencia está calculada con base en el voto reportado en el cuadro 29, a partir de las encuestas nacionales de salida.

En la gráfica 2 se observa una amplia coalición foxista de izquierda, centro-izquierda, centro y centro-derecha, que solamente cedió la victoria en las posturas de derecha. La amplitud de la base electoral foxista de 2000 y, en general, del panismo en la segunda mitad de los noventa, fue un fenómeno descrito como una coalición tipo *catch-all* (Magaloni y Moreno, 2003). En 2006, sin embargo, la coalición de votantes del PAN difícilmente puede ser catalogada como tal. Los datos mostrados en la gráfica 3 confirman que la de Calderón fue una coalición de centro-derecha y derecha, confrontada marcadamente con una coalición de izquierda y centro-izquierda favorable a López Obrador. El margen de victoria del candidato del PRD (el principal partido en la Coalición por el Bien de Todos) llegó a ser incluso de 49 puntos sobre Calderón entre los votantes de izquierda, ganando en razón de 4 a 1.

Si bien cada una de estas gráficas ilustra los puntos del espectro político de los que provinieron principalmente los votos de los candidatos presidenciales en 2000 y 2006, viéndolas juntas es claro que las coaliciones de votantes de los candidatos del PAN fueron muy distintas. Esto no cierra la posibilidad de que los candidatos de este partido y el del PRD en ambas elecciones presidenciales hayan contado con un núcleo estable de seguidores, pero, incluso con tal núcleo, la composición ideológica de las coaliciones de electores en esos años fueron significativamente diferentes.

Gráfica 2

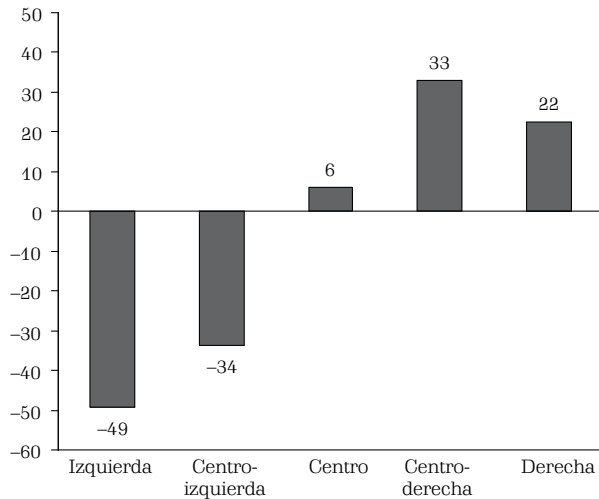
Diferencia porcentual en votos de Vicente Fox sobre Francisco Labastida en la elección de 2000, según la orientación ideológica de los votantes



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377).

Gráfica 3

Diferencia porcentual en votos de Felipe Calderón sobre Andrés Manuel López Obrador en la elección de 2006, según la orientación ideológica de los votantes



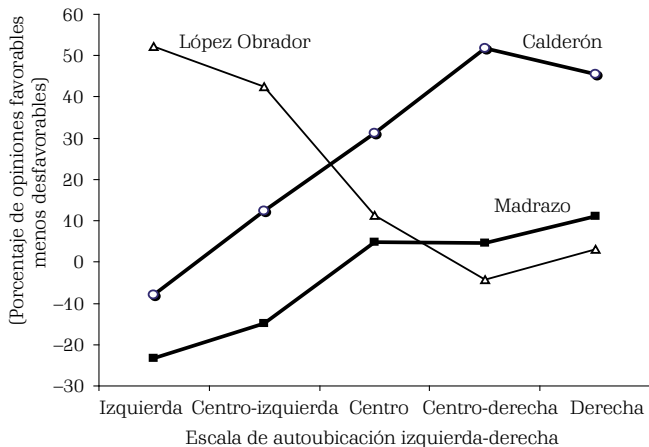
Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2006 (n = 5,815).

La conexión que aquí se observa entre la postura ideológica del votante y su sufragio no sólo refleja el vínculo con el partido, sino también las opiniones que los votantes tenían acerca de los candidatos presidenciales. Para ilustrar esto con la elección de 2006, la gráfica 4 muestra los niveles de popularidad neta (porcentaje de opiniones favorables menos porcentaje de opiniones desfavorables) de los tres principales candidatos presidenciales en cada una de las categorías ideológicas de izquierda y derecha. La presentación gráfica de estos datos se basa en la que hace Evans (2004: 103-104) con respecto a las elecciones de Francia en 1995 y Noruega en 1993, y con las cuales discute la aplicación de la teoría “direccional” del voto comentada en la introducción de este libro.

Según puede observarse en la gráfica, López Obrador era mucho más popular entre los electores de izquierda, seguidos por los de centro-izquierda, pero era impopular en el segmento de centro-derecha. En contraste, Calderón era precisamente más popular en este último grupo ideológico –el más hostil a López Obrador–, menos popular en el de centro-izquierda y muy impopular en el de izquierda. Madrazo, por su parte, era también impopular entre la izquierda y centro-izquierda, y muy poco popular en el resto de las categorías ideológicas, teniendo su nicho más favorable en la derecha (aunque aun en ese segmento la diferencia observada con López Obrador fue mínima). Concentrándonos en los dos principales candidatos presidenciales, es evidente que su nivel de popularidad por grupos ideológicos marca una clara polarización: López Obrador era el candidato favorecido por los votantes de izquierda y Calderón por los de derecha. El centro era un poco más ambivalente ante ambos, con una pequeña ventaja para el candidato panista.

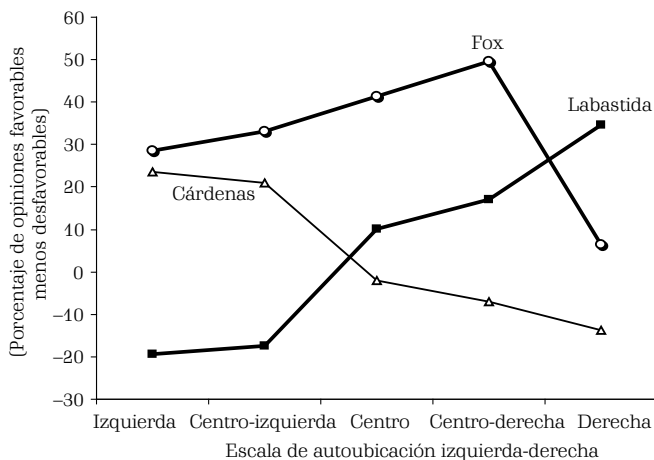
Esta clara relación entre las posturas ideológicas y las opiniones acerca de los candidatos se dio de manera distinta en el 2000. De acuerdo con los datos presentados en la gráfica 5, el enfrentamiento de izquierda contra derecha se observa entre Cárdenas y Labastida, pero es bien sabido que Cárdenas quedó en un distante tercer lugar de la contienda. La popularidad de Labastida era mayor entre la derecha, mientras que la de Fox era alta, a lo largo de casi todo el espectro político, entre las categorías de izquierda hasta las de centro-derecha, e incluso tenía ligeramente más opiniones favorables que contrarias entre el electorado de derecha que perdió ante el candidato priista. Como ya se había mencionado en el caso del voto, Fox era más popular que Cárdenas entre los sufragantes de izquierda.

Gráfica 4
 Popularidad de los candidatos presidenciales en 2006
 según la orientación ideológica de los votantes



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2006 (n = 5,815).

Gráfica 5
 Popularidad de los candidatos presidenciales en 2000
 según la orientación ideológica de los votantes



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377).

Nuevamente, si enfocamos la atención a las dos gráficas juntas, puede apreciarse que el apoyo que Fox tenía en 2000 entre los electorados de izquierda fue en buena medida lo que ganó López Obrador en 2006, mientras que buena parte del segmento de derecha que tenía Labastida en 2000 se transfirió a Calderón en 2006. En términos numéricos, aunque no necesariamente proporcionales, Calderón perdió 37 puntos porcentuales en el electorado de izquierda que había obtenido Fox, y 21 puntos entre el electorado de centro-izquierda, pero ganó 40 puntos entre el electorado de derecha en el que Fox fue derrotado, y tres puntos entre el electorado de centro-derecha donde mejor le había ido al guanajuatense. Estos reacomodos de las preferencias electorales en tan sólo seis años ameritan una mayor explicación.

LA DISTRIBUCIÓN IZQUIERDA-DERECHA Y LAS POSICIONES PROMEDIO DE LOS VOTANTES

La distribución de las posturas de izquierda y derecha en el electorado mexicano se fue transformando durante la década y media que precedió a las elecciones presidenciales de 2006. Ese cambio no se dio de manera azarosa, sino que siguió patrones claramente distinguibles, registrando algunos fenómenos dignos de destacarse y, por supuesto, de interpretarse. La discusión de este apartado se basa en los datos recopilados en las muestras correspondientes a México de la Encuesta Mundial de Valores, realizadas en 1990, 1997, 2000 y 2005. Además, también se incorpora a esta colección de datos otra encuesta sobre valores realizada con un cuestionario comparable en 2003.

El primer fenómeno que se observa en estas encuestas es que la proporción de personas que no se ubican en la escala de izquierda-derecha descendió de 30 a 17 por ciento entre 2000 y 2005. Esta disminución de los electores que carecen de una orientación ideológica y que, por lo tanto, quedan fuera del espectro ideológico, puede leerse como una mayor ideologización. Esto resulta compatible con el argumento de que la elección de 2006 fue, efectivamente, más ideológica que la de 2000, ya que un mayor número de votantes parecen haber respondido a la movilización y al constante uso de los términos izquierda y derecha. Cualquiera que sea el caso, entre una elección y otra los votantes mexicanos se volvieron un poco más ideológicos. Es difícil determinar hasta qué punto esto último fue un mero producto de las circunstancias del 2006, o si respondió a una tendencia de cambio más gradual y, en

ese caso, si el nivel de ideologización permanecerá. La fuerte relación que se observó entre las posturas de izquierda y derecha y el voto puede ser un indicio de que ésta probablemente podría ser duradera.

El conjunto de electores que no se ubican a sí mismos en la escala ideológica ha atraído muy poca atención de los politólogos, pero éste suele ser un segmento cuya proporción lo hace muy relevante. Los electores para quienes no tiene sentido ubicarse en la escala izquierda-derecha han sido denominados como *marais* (Deutsch *et al.*, 1966, citados en Pierce, 1995). Analizados particularmente en el electorado francés,

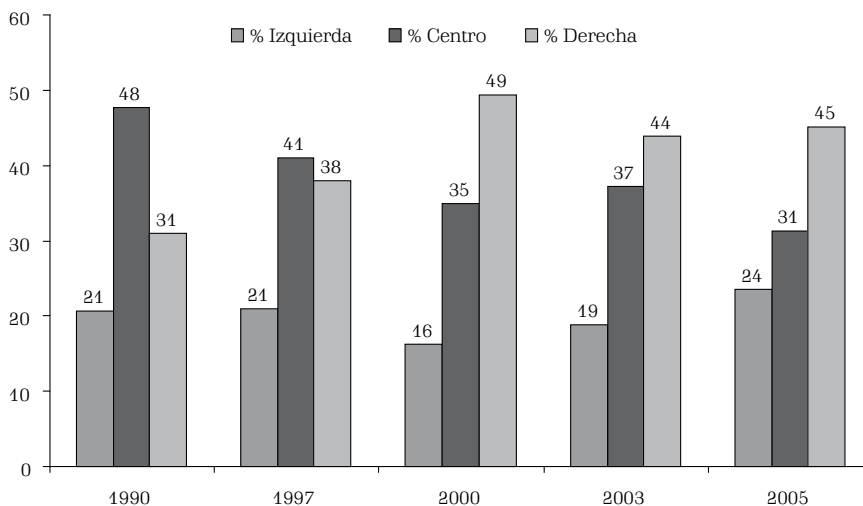
los *marais*, que consisten en personas que tienen poco o nulo interés en la política, incluyen un número desproporcionadamente grande de gente que no participa en las elecciones, pero, en la medida en que los *marais* votan, representan una fuerza impredecible aunque potencialmente decisiva. Los *marais* son impredecibles porque son el grupo menos claramente anclado en el electorado francés. Y son potencialmente decisivos en las elecciones cerradas, en las que las fuerzas de izquierda y de derecha se aproximan a la igualdad, los votos de los *marais* pueden inclinar la balanza hacia un lado u otro (Pierce, 1995: 65).

En México aún no se ha abierto una discusión acerca de la relevancia de este grupo electoral, pero los siguientes datos podrían despertar un mayor interés por esos votantes. Combinando a los votantes que no tienen una identificación partidista (los independientes y los apolíticos) con los que tampoco se ubican en la escala izquierda-derecha, para formar un grupo de votantes apartidista y no ideológico, las proporciones de ese tipo de votantes que se registraron en las encuestas de salida de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 fueron 14 y 15 por ciento, respectivamente. En 2000, 51 por ciento de ese grupo (al cual denominaremos, por ahora, como *marais*), apoyó a Vicente Fox. En 2006, los *marais* favorecieron ligeramente a López Obrador con un 40 por ciento sobre Felipe Calderón, con 36 por ciento, pero lo interesante fue que su apoyo al PRI fue solamente de 14 por ciento y su voto por la candidata de Alternativa alcanzó 8 por ciento.

Un segundo fenómeno observado en la evolución de las posturas de izquierda y derecha es que el balance de los grupos ideológicos de izquierda, centro y derecha se ha redistribuido entre el electorado, un fenómeno particularmente visible mediante la reducción proporcional del centro. La encuesta de valores originalmente mide las posturas de izquierda y derecha de los entrevistados en una escala del 1 al 10, donde 1 es izquierda y 10 derecha,

pero, para propósitos de simplificación, esa escala fue reagrupada en tres categorías en el presente análisis: izquierda (agrupando los códigos 1 a 4), centro (5 y 6) y derecha (7 a 10). En la gráfica 6 se muestran los porcentajes de cada grupo en cada una de las encuestas de valores. La tendencia observada indica una gradual disminución de electores que se ubican en el centro del espectro político, de 48 por ciento en la encuesta inicial, de 1990, a 31 por ciento en la encuesta de 2005. Este “desvanecimiento” del centro sugiere que el electorado ha dejado poco a poco una posición moderada y se ha polarizado más. Pero esto sólo es parcialmente cierto. La disminución proporcional del centro se ha traducido, principalmente, en un crecimiento de las posturas de derecha. La mayor polarización hacia ambos lados del espectro político no se observa durante todo el periodo de las encuestas, pero sí en el último levantamiento, el de 2005, el cual arrojó la menor proporción de electores centristas (31 por ciento), la mayor de izquierdistas (24 por ciento) y un porcentaje relativamente alto de derechistas (45 por ciento).

Gráfica 6
Distribución de las posturas de izquierda, centro y derecha en el electorado mexicano, 1990-2006

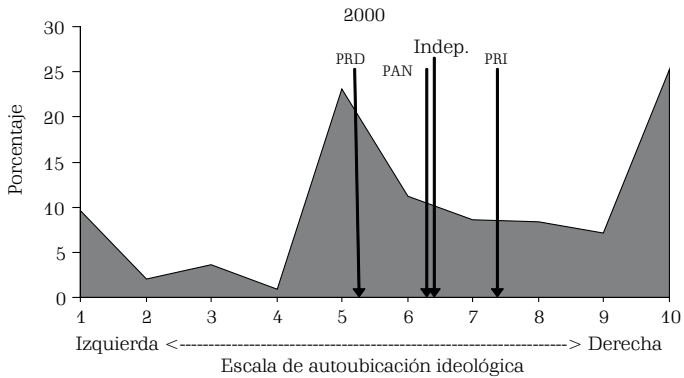


Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 1990 (n = 1,531), 1997 (n = 1,511), 2000 (n = 1,535) y 2005 (n=1,560), y Encuesta los valores de los mexicanos, Banamex 2003 (n = 2,380). Versión reagrupada de la escala original de diez puntos: izquierda (1-4), centro (5-6), derecha (7-10). Los porcentajes de entrevistados que no se ubicaron en la escala fueron: 1990, indefinido; 1997, 16%; 2000, 30%; 2003, 11%; 2006, 13%.

Como ya se había señalado antes (Moreno, 2003), el electorado en su conjunto se venía moviendo hacia la derecha hasta las elecciones de 2000, pero esa tendencia comenzó a revertirse desde entonces. Esto puede ilustrarse por medio de la postura promedio de todos los entrevistados en cada muestra de las encuestas de valores: el promedio en la escala izquierda-derecha de 10 puntos (donde el 1 es izquierda y el 10 derecha) fue de 5.69 en 1990, de 5.82 en 1997 y de 6.55 en 2000. Esto que parecía una constante “derechización” del electorado cambió en 2003, cuando el promedio fue de 6.25. Esta reversión se confirmó en 2005, cuando la encuesta arrojó un promedio de 6.18. Aún así, la posición promedio del electorado se ubica en una posición de centro-derecha.

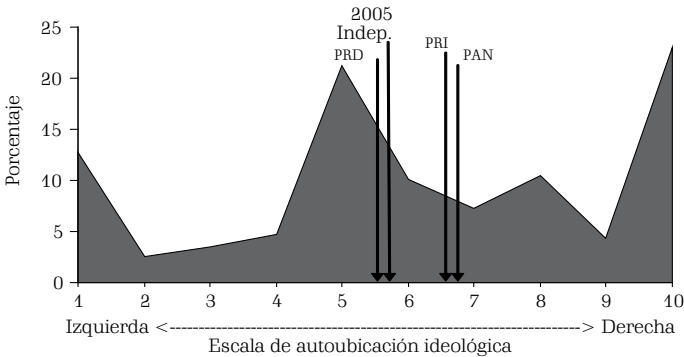
¿Por qué han ocurrido estos cambios en el punto medio de las posiciones ideológicas en el país? De acuerdo con la evidencia recopilada por las encuestas tanto de valores como de salida a votantes, las posturas promedio de los electores que apoyan a cada uno de los partidos políticos también se han modificado. La evidencia de estos cambios se puede apreciar en las gráficas 7 y 8. El electorado del PRI, que solía ser el más derechista en 2000 (con un promedio de 7.32 en la escala de 10 puntos de izquierda-derecha), se movió hacia la izquierda, al registrar un promedio de 6.76 en 2005. Mientras tanto, la posición promedio del electorado del PAN se deslizó hacia la derecha, de 6.24 a 6.78. Estas direcciones opuestas en el cambio de la posición promedio de ambos partidos puede ser señal de que el traslado de electores del PRI al PAN es una fuerza subyacente de la “realineación” ideológica de los electorados partidarios. Después de varios años de haberse encontrado a la izquierda del PRI, en 2005 el electorado panista promedio se movió a un punto ligeramente a la derecha del priísta, aunque no tan a la derecha como la que éste tenía seis años antes. En ese sentido, el electorado más derechista de 2005 estaba un poco menos a la derecha que el de 2000. Esa es una razón por la que el promedio general se movió a la izquierda. Sin embargo, ésta no es la única razón. El electorado independiente, que se encontraba tan sólo marginalmente a la derecha del PAN en 2000 (con un promedio de 6.29), registró un movimiento importante hacia la izquierda en 2005, alejándose del PAN y acercándose a la posición promedio del PRD, con un valor de 5.83. Esto se explica por la atracción que buena parte del electorado independiente tuvo por Andrés Manuel López Obrador. Acaso también por ello, la posición promedio de los electores del PRD se deslizó ligeramente hacia la derecha entre 2000 y 2005, al pasar de un promedio de 5.23 a otro de 5.56.

Gráfica 7
Distribución de la escala de autoubicación de izquierda a derecha,
y las posiciones promedio de los partidistas en el contexto
de la elección presidencial de 2000



Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2000 (n = 1,535, casos analizados: 1,069). El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala es: 1 = 10%; 2 = 2%; 3 = 4%; 4 = 1%; 5 = 23%; 6 = 11%; 7 = 9%; 8 = 8%; 9 = 7%; 10 = 25%. Las posiciones promedio de los grupos partidistas son: PRI = 7.32; PAN = 6.24; PRD = 5.23; Independiente = 6.29.

Gráfica 8
Distribución de la escala de autoubicación de izquierda a derecha,
y las posiciones promedio de los partidistas a finales de 2005



Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2005 (n = 1,560, casos analizados: 1,293). El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala es: 1 = 13%; 2 = 3%; 3 = 3%; 4 = 5%; 5 = 21%; 6 = 10%; 7 = 7%; 8 = 11%; 9 = 4%; 10 = 23%. Las posiciones promedio de los grupos partidistas son: PRI = 6.76; PAN = 6.78; PRD = 5.56; Independiente = 5.83.

Todas estas posiciones promedio de los electores en la escala de izquierda-derecha definen dos dinámicas de competencia muy diferentes. En 2000, la convergencia entre panistas e independientes significó una coalición ganadora y heterogénea desde el punto de vista ideológico, cuya posición promedio era centrista, con el PRI y el PRD en clara contraposición ideológica, a la izquierda y la derecha del PAN. Sin embargo, en 2005 la encuesta de valores delineaba una dinámica más polarizada, en la que en un extremo convergían los independientes con los perredistas y en el otro los priistas con los panistas. El hecho de que los independientes tuviesen una mayor afinidad con el PRD (o, más precisamente, con Andrés Manuel López Obrador), unos ocho meses antes de la elección, nos ayuda a entender por qué el abanderado del sol azteca contaba con una ventaja de hasta dos dígitos sobre sus rivales en la mayoría de las encuestas. Al igual que Fox en 2000, López Obrador llevaba una ventaja electoral al contar con más de la mitad del apoyo de los electores independientes. Pero, a diferencia de Fox, quien no sólo mantuvo la ventaja entre ese segmento, sino que la amplió durante su campaña, la preferencia por López Obrador entre los independientes se redujo, en buena medida por los esfuerzos de campaña de Calderón, como veremos en el capítulo VII.

En las mismas gráficas 7 y 8, además de las posiciones promedio de los electorados priista, panista, perredista e independiente en la escala de 10 puntos de izquierda-derecha, también se muestran las distribuciones de entrevistados a lo largo de dicha escala. El electorado mexicano en su conjunto, retratado por las encuestas de valores, se presenta con una distribución trimodal, con un segmento muy nutrido en la derecha, otro ligeramente menos proporcional en el centro, y uno más reducido en la izquierda. También se observa que las posiciones de centro-derecha son más numerosas que las de centro-izquierda. De hecho, el electorado de esta última tendencia tiene el menor tamaño relativo.

Al comparar las distribuciones en la escala ideológica registrada en 2000 y 2005 se aprecian cambios importantes. Los más notables son: 1) el aumento del electorado de extrema izquierda de un año a otro; 2) la acentuación del electorado de centro-derecha, evidenciado por una joroba en la distribución de 2005 que no existía en 2000, y 3) como compensación de los dos aumentos descritos, una ligera disminución del centro. Esto, nuevamente, es señal de una mayor polarización en 2005 que en 2000, la cual preveía un conflicto político más ideologizado en la elección presidencial

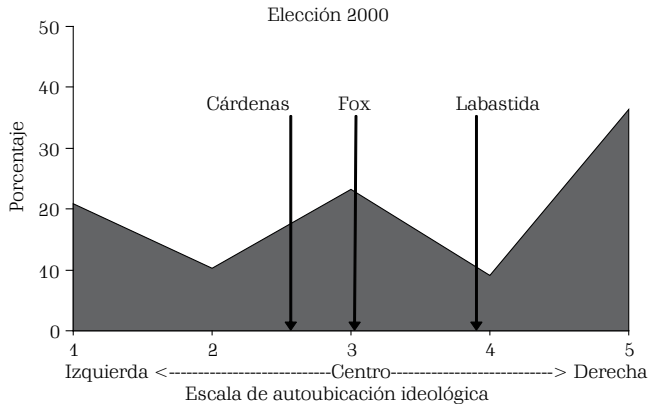
de 2006. Aunque las diferencias no son tan grandes como para pensar que la polarización se dio en extremo, lo que sí puede argumentarse, con base en estos datos, es que el electorado mexicano, en efecto, sí estaba más polarizado en términos de izquierda y derecha en 2006 que en 2000.

Hasta aquí los datos de las encuestas de valores nos ofrecen evidencia de la distribución del electorado en su conjunto en la escala izquierda-derecha y de las posiciones promedio de los electores partidistas en dicha escala. Pero, ¿podemos argumentar que la población que salió a sufragar también confirma estas tendencias? ¿Estaban los votantes reales más polarizados en 2006 que en 2000? Para responder a estas preguntas, volvamos nuevamente a la evidencia que ofrecen las encuestas de salida realizadas durante las jornadas de votación para presidente en esos años.

En las gráficas 9 y 10 se presentan las posiciones promedio en la escala ideológica de los votantes que sufragaron por cada uno de los candidatos presidenciales. En este caso la escala que se utilizó en las encuestas es de cinco puntos: izquierda 1), centro-izquierda 2), centro 3), centro-derecha 4), y derecha 5). Al igual que las encuestas de valores, las encuestas de salida indican un deslizamiento del votante panista promedio hacia la derecha de la escala. Mientras que en 2000, la posición promedio del votante de Fox era 3.02, justamente en el centro, en 2006 el votante de Calderón promedió una posición de 3.89 (estando significativamente más a la derecha que el votante foxista). De manera muy similar a lo que mostraban las encuestas de valores, el votante calderonista promedio se ubicó en 2006 a la derecha del votante del candidato del PRI. Y una coincidencia más con las encuestas de valores es que el votante promedio de López Obrador tenía una postura de centro-izquierda, pero ligeramente más a la derecha que el votante cardenista seis años antes. Estas coincidencias con las encuestas de valores son impresionantes, ya que estas últimas se hicieron de cuatro a ocho meses antes de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, con muestras del electorado en su conjunto, mientras que las encuestas de salida se hacen a los votantes el día de la elección. Podemos, entonces, afirmar con confianza que estos fenómenos similares detectados con instrumentos de medición distintos revelan la naturaleza de las dinámicas electorales en cada elección presidencial.

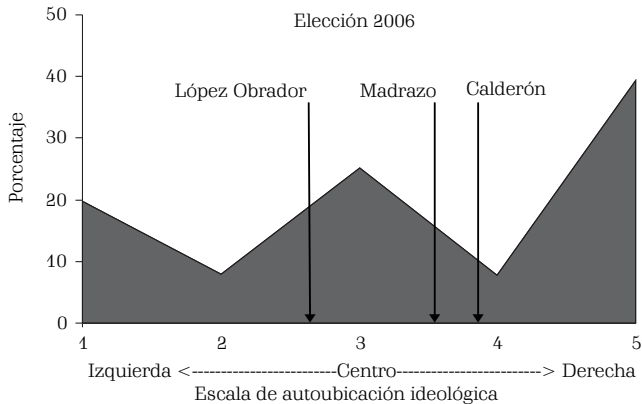
Tal como se observó en las encuestas de valores, las de salida delimitan una distinta dinámica de competencia electoral en 2000 y 2006. En el primer año la mayor proporción de votos y el ganador de la contienda (Fox)

Gráfica 9
 Posición promedio de los votantes de los principales candidatos presidenciales de 2000 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377). El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala es: 1 = 21%; 2 = 11%; 3 = 23%; 4 = 9%; 5 = 36%. Las posiciones promedio de los votantes de cada candidato: Cárdenas = 2.66; Fox = 3.02; Labastida = 3.96.

Gráfica 10
 Posición promedio de los votantes de los principales candidatos presidenciales de 2006 en la escala de autoubicación de izquierda a derecha



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional de salida (*exit poll*) realizada a votantes en las elecciones presidenciales de 2006 (n = 5,815). El porcentaje efectivo de entrevistados en cada punto de la escala es: 1 = 20%; 2 = 8%; 3 = 25%; 4 = 8%; 5 = 39%. Las posiciones promedio de los votantes de cada candidato: López Obrador = 2.74; Madrazo = 3.66; Calderón = 3.89.

se ubicaron en el centro del espectro político, y la distancia con su principal oponente en la escala ideológica era menor de lo que se registró en 2006. En este año los dos principales contendientes estaban más polarizados, con una distancia en la escala ideológica ligeramente mayor que en 2000, y las principales proporciones de voto se repartieron en esos polos (López Obrador y Calderón), no en el candidato que tenía la postura intermedia entre ellos (Madrazo).

A pesar de lo notable de todas estas coincidencias, es necesario mencionar que las variaciones en las posturas ideológicas promedio de los votantes no se explican, en el caso de las encuestas de salida, por variaciones en la distribución ideológica en la escala, como se argumentó en la discusión previa basada en las encuestas de valores. Según los datos mostrados gráficamente, los votantes de 2000 se distribuían en el espectro ideológico de manera muy similar en ambos años. La diferencia porcentual en cada una de las categorías ideológicas varía entre uno y tres puntos, lo cual significa que las distribuciones ideológicas de los votantes básicamente permanecieron igual en las dos elecciones presidenciales, eso sí, manteniendo una distribución trimodal, con más votantes en las posiciones de derecha, centro e izquierda, y con menos votantes en las posturas de centro-derecha y centro-izquierda. Las proporciones de votantes de derecha en 2000 y 2006 representaban 36 y 39 por ciento, respectivamente, mientras que los de centro-derecha eran 9 y 8 por ciento, también respectivamente. En su conjunto, la proporción de votantes de derecha y centro-derecha (46 por ciento, en promedio), han superado a los de centro (quienes constituían 23 y 25 por ciento en 2000 y 2006, respectivamente). Por su parte, los votantes de izquierda representaron 21 y 20 por ciento en las elecciones presidenciales de esos mismos años, mientras que los de centro-izquierda fueron 10 y 8 por ciento. Esto quiere decir que la proporción de votantes de izquierda y centro-izquierda disminuyó, ligeramente, entre 2000 y 2006, de 31 a 28 por ciento.

En esto se abre un cuestionamiento importante. Si la serie de las encuestas de valores mostraba un aumento del electorado de izquierda entre 2000 y 2005 de 19 a 24 por ciento (como se mostró en la gráfica 6), pero las de salida registraron una leve disminución de los votantes de izquierda entre 2000 y 2006, ¿qué explica esta discrepancia? En principio puede haber dos respuestas lógicas. La primera es que las discrepancias podrían deberse al del uso de escalas diferentes, una de 10 puntos en las encuestas de valores y otra de cinco en las de salida. Pero, dadas las enormes coinci-

dencias en otros fenómenos observados utilizando esas mismas escalas, ¿por qué deberían ahora explicar la discrepancia? Una segunda razón es de carácter más político y se refiere a la participación electoral de votantes de izquierda y de derecha en 2000 y 2006. Varios escenarios son probables en este sentido: 1) que la izquierda haya votado en mayor proporción en 2000 que en 2006; 2) que la derecha haya votado menos en 2000; 3) que la derecha haya votado más en 2006, y 4) una combinación de las opciones mencionadas. En cualquiera de esas posibilidades, la proporción relativa de la izquierda con relación al total de votantes debería registrar un descenso con respecto a seis años antes.

La opción 1 (una menor votación de la izquierda) significaría que la convocatoria de López Obrador a los votantes de izquierda en 2006 fue menor que la de Fox seis años antes. La opción 2 abre la posibilidad de que la derecha que debiera haber apoyado a Labastida en 2000 acudió menos a las urnas (de hecho, la evidencia de que esto pudo haber sido el caso se comenta en otro lado [Moreno, 2004], con el argumento de que las campañas negativas de 2000 generaron cierto abstencionismo, principalmente de los priistas). La opción 3 significaría que la convergencia de dos candidatos presidenciales (Madrazo y Calderón) en ese lado del espectro haya atraído más votantes. La participación electoral se analiza con más detalle en el capítulo VIII, pero, por lo pronto, la evidencia de que la derecha votó menos en 2000 que en 2006 puede ayudarnos a entender por qué el peso relativo de la izquierda fue menor en este último año.

LA REDEFINICIÓN DE LOS CONTENIDOS DE IZQUIERDA Y DERECHA

Si las posturas de izquierda y derecha reflejan la naturaleza del conflicto político en una sociedad en un momento dado, comprender su significado nos debería permitir conocer qué es lo que está en juego en la competencia electoral en unos comicios nacionales y, por medio de ello, cuáles son las características y orientaciones de las coaliciones de votantes que apoyan a cada opción política relevante. En este capítulo se ha argumentado, con base en investigaciones previas, que el eje principal del conflicto político en México durante los años noventa fue el de la alternancia, el voto por el cambio en contra del voto por la continuidad del PRI. Esto permitió que la coalición foxista de 2000 tuviera una amplia y heterogénea composición ideológica y geográfica, además de basarse en un conjunto de electores

más joven, urbano, escolarizado y liberal. Sin embargo, en 2006, ya sin el PRI como frente común del voto opositor, el eje principal de conflicto había cambiado y las posturas de izquierda y derecha utilizadas en las campañas ya no reflejaban puntos de vista opuestos con respecto a la democratización del país sino, más bien, posturas contrarias a los modelos económicos que el gobierno debía seguir.

Efectivamente, sólo seis años después de la alternancia en el Poder Ejecutivo, los significados más importantes de izquierda y derecha habían abandonado su contenido eminentemente político (democracia *vs.* autoritarismo) y retomado el contenido clásico del conflicto socioeconómico (mercado *vs.* Estado). El propósito de esta sección es mostrar empíricamente que este fue el caso. Para ello, utilizaremos una vez más los datos de las muestras mexicanas de la Encuesta Mundial de Valores, cuyo generoso cuestionario acerca de las formas de ver la vida, la economía y la política, y su aplicación en varios años sucesivos, nos permiten saber si ha habido cambios en las variables de actitud y valores que más se relacionan con las posturas de izquierda y derecha de los electores y, en su caso, qué implican dichos cambios. El desvanecimiento del contenido político, compensado con el fortalecimiento del contenido económico, puede interpretarse como una redefinición de las posturas ideológicas en México. Dicha redefinición temática, aunada a la realineación ideológica observada en los electorados partidistas, nos habla de cambios importantes en las dinámicas electorales, en particular, y de un sistema mexicano de partidos que se encuentra en una rápida evolución, en general.

Para poder establecer el grado de relación que hay entre las posturas de izquierda y derecha con algunas actitudes y valores, en esta sección se presenta un modelo estadístico de regresión logística multinomial. Dicha herramienta nos permite analizar las posturas de izquierda, centro y derecha como variables dependientes. El análisis que se discutirá aquí solamente se centra en la comparación de izquierda contra derecha, dejando de lado las posturas de centro. La razón es que, si bien el centro puede tener su propio contenido y características, la suposición central del eje izquierda y derecha es que el conflicto y la naturaleza de la competencia política están precisamente definidos por esas posturas encontradas.

Como variables independientes se utilizan mediciones de actitudes de carácter económico, político y social-cultural. En total se consideran nueve variables independientes. Dos de ellas reflejan el típico conflicto socioeconómico de izquierda-derecha: por un lado, la redistribución económica

(preferencias por una igualdad de ingresos) *versus* la lógica de mercado (una preferencia por los incentivos económicos al individuo a expensas de la igualdad) y, por otro lado, el estatismo (la responsabilidad del gobierno para proveer a las personas) *versus* el individualismo económico (la responsabilidad de las personas para proveerse a sí mismas). La expectativa es que las actitudes afines a la economía de mercado y de individualismo económico estén asociadas estadísticamente con las posturas de derecha, mientras que las actitudes más favorables a una economía estatista y a la redistribución económica se vinculen principalmente con las posturas de izquierda. Ambas variables se midieron en una escala de 10 puntos. Aunque sus distribuciones (y las del resto de las variables independientes) no se comentan con detalle en esta sección, sino que nos enfocamos más bien a su efecto en las posturas de izquierda y derecha, el lector interesado puede ver los resultados desagregados de todas las variables independientes para cada año en el apéndice de cuadros y gráficas, al final de este libro.

Otras dos variables utilizadas en el análisis de las posturas de izquierda-derecha reflejan el conflicto político democracia-autoritarismo (ver Moreno, 1999a): las actitudes prodemocráticas (medidas en este caso con una variable que representa el fuerte apoyo a la democracia) y la deferencia política (representada por la creencia de que un mayor respeto por la autoridad sería bueno para el país). La expectativa en este caso es que el apoyo a la democracia se asocia con la izquierda, especialmente en las encuestas previas a la alternancia política de 2000, mientras que la deferencia se asocia más con la derecha. También se incluyen dos variables relacionadas con el nacionalismo y la religiosidad, aspectos ideológicos que suelen vincularse con las posturas de izquierda y de derecha, por lo menos teóricamente, de la siguiente manera: los electorados más nacionalistas y más religiosos deberían tener una mayor asociación con la derecha, mientras que los electores menos nacionalistas y más seculares deberían expresar preferencias por la izquierda. Hay dos variables más que suelen reconocerse como una representación de puntos de vista liberales y conservadores en la sociedad: una tiene que ver con las actitudes de aceptación o rechazo a la homosexualidad, y otra con las actitudes de aceptación o rechazo al aborto. La expectativa es que la aceptación tanto de la homosexualidad como del aborto (actitudes liberales) esté más relacionada con las posturas de izquierda, mientras que las actitudes de rechazo sean más probables entre los electores de derecha. Con respecto a esto último, la escala izquierda-derecha es muy probable que capture esas pos-

turas sociales, pero también lo es que, hoy en día, esas posturas estén mejor representadas por una escala de puntos de vista liberales-conservadores. Como se argumentará más adelante, el cambio en los contenidos temáticos de izquierda y derecha en México en los últimos años, de una dimensión política a una dimensión económica, pudo haber ocasionado que las actitudes hacia el aborto y la homosexualidad sean capturadas de manera más apropiada por una escala de puntos de vista liberales-conservadores, y no necesariamente por la escala izquierda-derecha. En 2006, además de utilizar todo el tiempo los términos “izquierda” y “derecha” en su discurso, López Obrador también hizo referencia a los “conservadores”, por lo que esos términos no estuvieron ausentes en las campañas.

Finalmente, una última variable empleada en el análisis representa lo que Ronald Inglehart (1977, 1990) denominó como valores materialistas y posmaterialistas. Los primeros destacan las necesidades físicas y fisiológicas de los individuos, mientras que los segundos dan más importancia a la calidad de vida, la autoexpresión y la libertad de elegir. En la Europa posindustrial, la dimensión de valores materialistas y posmaterialistas se identificó como una importante fuente de clivaje político desde los años ochenta (Lijphart, 1984), lo cual la hizo un referente obligado en el ascenso de la nueva política y los nuevos temas asociados, en particular, con la nueva izquierda y la nueva derecha (Kitschelt, 1995; Inglehart, 1997). Su incorporación en los modelos para entender la dinámica cambiante de los sistemas de partidos europeos occidentales fue tan influyente que la referencia a los valores materialistas y posmaterialistas sigue vigente en los análisis de las sociedades europeas avanzadas (ver Thomassen, 2005; Gunther *et al.*, 2007). Pero si esa división de valores es característica de la sociedad posindustrial, ¿por qué incorporarla a un análisis de las dinámicas electorales y de las identidades políticas en México, en donde el nivel de desarrollo económico es menor? Los argumentos teóricos para justificar su inclusión en el análisis resultan insuficientes, pero, empíricamente, la polaridad de los valores materialistas y posmaterialistas ha aumentado su importancia en el sistema de valores de la sociedad mexicana. Según el análisis realizado en torno al cambio en los valores durante las últimas dos décadas, las prioridades materialistas y posmaterialistas de los mexicanos, generalmente poco visibles y poco relacionadas con los cohortes generacionales y con otras actitudes en el pasado, han elevado su importancia en años recientes (ver Moreno, 2005). Las encuestas de valores más recientemente realizadas en el país en 2003 y 2005, muestran que esa división valorativa se ha acentua-

do y representa una de las fuentes primarias de la división generacional de los mexicanos, en la que las generaciones más jóvenes expresan más prioridades posmaterialistas y las más maduras se muestran más materialistas, como ha sido el caso en Europa, por lo menos desde los años setenta. La clara evidencia empírica acerca de este fenómeno amerita la inclusión de esta variable en el análisis de las posturas ideológicas en México, aun cuando su justificación teórica requiere de un mayor desarrollo. Por lo pronto, la expectativa es que los materialistas más probablemente sean de derecha, y que los posmaterialistas tengan una mayor afinidad con la izquierda, como ha sido el caso en otras sociedades.

Los resultados del análisis estadístico se presentan en el cuadro 30. Comentarlos puede resultar una tarea un tanto árida y, por lo mismo, la lectura se simplificará de la siguiente manera. Por un lado se busca señalar, para cada año, cuál o cuáles de las variables independientes son más relevantes para explicar las posturas ideológicas de izquierda y derecha. Para ese propósito, los resultados de la regresión logística multinomial se presentan por separado para 1997, 2000, 2003 y 2006. Por otro lado, se busca señalar si la influencia de una variable o conjunto de variables mantiene su relevancia (o irrelevancia), o si ésta va cambiando con el tiempo.

Como suele hacerse de manera convencional en los cuadros que presentan resultados de regresiones, los coeficientes van acompañados por asteriscos que representan su nivel de significación estadística (o de relevancia, como la hemos llamado hasta aquí). Si el coeficiente de la variable no tiene asteriscos, eso significa que no es estadísticamente significativo y, por lo tanto, no nos ayuda a explicar las posturas de izquierda y derecha de los mexicanos. Si tiene uno o dos asteriscos podemos decir que su significación estadística es mayor, pero moderada, y si tiene tres podemos con fiadamente decir que esa variable es un fuerte determinante de las posturas ideológicas de izquierda y derecha. En todo caso, y dada la dificultad de interpretación de los coeficientes en un texto como este, en el que se trata de mantener un alto rigor científico pero un bajo nivel de discusión técnica, un mayor número de asteriscos significa un mayor poder explicativo de esa variable en las posturas ideológicas en ese año. Pero, regresando un momento al coeficiente, observar su signo nos permite saber si el grado de asociación (principalmente si éste es significativo) implica que las actitudes representadas en la variable independiente se relacionan con la izquierda o con la derecha. Por la manera como se codificó la variable dependiente, un signo positivo refleja una mayor asociación

de la variable independiente con las posturas de derecha y un signo negativo una mayor asociación con las posturas de izquierda. Por ejemplo, en las variables mostradas en el cuadro donde se describen dos posturas (v.g. igualdad de ingresos vs. incentivos individuales), un signo positivo del coeficiente confirmaría que la primera postura (igualdad de ingresos) está relacionada con la izquierda y la segunda postura (los incentivos individuales) con la derecha, mientras que un signo negativo –específicamente marcado en el cuadro– sería un resultado a contrasentido y no esperado (por ejemplo, que los capitalistas fueran de izquierda y los socialistas de derecha). Cuando solamente se muestra una postura (por ejemplo, un “fuerte apoyo a la democracia”, “orgullo nacional”, o la “religión es importante”), un signo positivo significa que esa categoría resaltada se asocia con la derecha, y un signo negativo que la asociación es con la izquierda. Además de todos estos elementos que el cuadro presenta, también se incluyen medidas de bondad de ajuste para el lector especializado.

Pasemos a revisar los resultados del análisis de regresión mostrado en el cuadro 30. En 1997, los principales determinantes de las posturas de izquierda y derecha eran las dos variables que representan el clásico conflicto económico de Estado vs. mercado, así como las que marcan la división democrática autoritaria, además de la religiosidad. Esto nos ayuda a explicar por qué en la elección legislativa en la que el PRI perdió por primera vez la mayoría en la Cámara de Diputados (factor político), el voto anti-priísta se dividió tan marcadamente entre el PAN y el PRD (factor ideológico económico). En 2000, una de las variables económicas perdió su relevancia (estatismo vs. individualismo económico), pero la otra la mantuvo (igualdad vs. individualismo capitalista). En contraste, las dos variables políticas (respeto a la autoridad y apoyo a la democracia) mantuvieron un cierto nivel de significación estadística, lo cual se puede interpretar como el predominio del clivaje democrático-autoritario en la elección presidencial de ese año, como se ha argumentado a lo largo de este libro. Ninguna otra variable tuvo peso en la determinación de las posturas ideológicas de izquierda y derecha en 2000, lo cual puede interpretarse como efecto de la amplia coalición foxista. En 2003, en el contexto de la elección federal intermedia, las posturas de izquierda y derecha estaban determinadas por muchas más variables que en las dos mediciones anteriores: las posturas económicas en su conjunto fueron particularmente relevantes, así como la religiosidad y las actitudes hacia la homosexualidad y, aunque con una disminución en sus efectos, las variables del clivaje político democrático-

autoritario. Incluso la variable de valores materialistas y posmaterialistas tuvo una relación significativa con las posturas de izquierda y derecha, aunque contraintuitiva. Finalmente, en la encuesta de 2005 las posturas ideológicas tuvieron sus determinantes más importantes en las variables económicas, en la religiosidad, y en los valores materialistas y posmaterialistas. Las variables características del clivaje autoritario-democrático ya no fueron relevantes para explicar las diferencias entre izquierda y derecha en esa última encuesta. El eje principal del conflicto político previo a la alternancia se había desvanecido.

Cuadro 30
Determinantes de las posturas de izquierda y derecha en el electorado mexicano, 1997-2005. Modelo logístico multinomial comparando posturas de izquierda vs. de derecha (izquierda como categoría base^a)

	1997		2000		2003		2005	
	<i>b</i>	<i>Sig.</i>	<i>b</i>	<i>Sig.</i>	<i>b</i>	<i>Sig.</i>	<i>b</i>	<i>Sig.</i>
Igualdad de ingreso vs. incentivos individuales	0.081	***	0.058	**	0.074	***	0.040	*
Responsabilidad gobierno vs. individualismo	0.087	***	-0.011		0.068	***	0.059	***
Mayor respeto por la autoridad	0.335	*	0.444	**	0.300	*	0.106	
Fuerte apoyo a la democracia	-0.447	**	-0.347	*	0.070		-0.200	
Orgullo nacional	-0.067		0.160		0.116		-0.160	
Religión es importante	0.210	**	0.153		0.354	***	0.212	**
Rechazo vs. aceptación homosexualidad	-0.039		-0.020		-0.048	**	-0.005	
Rechazo vs. aceptación aborto	-0.032		-0.030		-0.020		-0.030	
Valores materialistas vs. posmaterialistas	-0.025		-0.154		0.177	*	-0.237	*
Constante	-0.748		0.454		-1.691	***	0.090	
Casos analizados	1,320		1,242		2,166		1,395	
Ji-cuadrada	52.9		30.7		93.6		43.9	
Significación	0.000		0.031		0.000		0.001	
Pseudo R-cuadrada:								
Cox y Snell	0.039		0.024		0.042		0.031	
Nagelkerke	0.045		0.028		0.048		0.035	

^aLos resultados de centro vs. izquierda no se muestran en el cuadro.

Niveles de significación estadística: *** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$.

Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México (1997, 2000 y 2005), y Encuesta de valores de Banamex (2003). Cálculos del autor.

Si miramos ahora la influencia de cada variable a lo largo del tiempo, se hacen evidentes algunos fenómenos: 1) ya sea en combinación, o con una variable que domina a la otra, las variables de carácter económico, que representan el clásico conflicto Estado vs. mercado, son un componente relativamente estable de los contenidos ideológicos de izquierda y derecha en el electorado mexicano; 2) las variables características del eje de conflicto democrático-autoritario, que dominó la competencia política durante la transformación de un sistema de partido dominante a uno de partidos competitivos, fue central en la elección de 2000, pero a partir de entonces fue perdiendo su centralidad en las diferencias ideológicas y prácticamente su influencia en la ideología fue nula en la elección presidencial de 2006; 3) el nacionalismo no ha desempeñado un papel importante para definir una u otra ideologías, por lo que no resulta una variable relevante; 4) la religiosidad, en cambio, ha tenido una presencia relativamente constante en la definición de las ideologías de izquierda y derecha, con el electorado más religioso siendo más probablemente de derecha y el más secular de izquierda (salvo en el caso de la elección de 2000); 5) aunque se esperaba lo contrario, las variables que representan posturas liberales y conservadoras con respecto a la homosexualidad y el aborto no han sido determinantes importantes de las posturas de izquierda y derecha en escala nacional durante el periodo analizado. En el caso de las actitudes hacia la homosexualidad, el análisis muestra evidencia de que fueron importantes determinantes de la ideología en 2003, junto con la religiosidad, con la que guardan cierta relación. Sin embargo, su efecto más generalizado en las posturas de izquierda y derecha ha sido realmente débil. Como se mencionó, es probable que con la evolución temática que está experimentando el electorado mexicano en sus contenidos ideológicos, las posturas ante la homosexualidad y el aborto sean más adecuadamente captadas por una escala de puntos de vista liberales y conservadores que por la escala de izquierda y derecha, pero esta es una aseveración que está sujeta a una mayor comprobación empírica en investigaciones posteriores.

Finalmente, vale la pena hacer una reflexión acerca de la variable que representa los valores materialistas y posmaterialistas. La tendencia observada en relación con esta variable es que su influencia en la definición de las posturas de izquierda a derecha pasó de nula en 1997 y 2000, a moderada en 2003 y 2006. En otras palabras, su importancia en la definición ideológica viene creciendo. ¿Por qué? ¿Qué significa eso? Un primer punto que hay que destacar es que la conexión de esos valores con las

posturas de izquierda y derecha fue, por primera vez, significativo en 2003, pero de una manera contraria a lo esperado. Los materialistas se mostraron más probables de ser de izquierda y los posmaterialistas de derecha. A pesar de esta inconsistencia, en 2006 la influencia de los valores en la ideología también fue moderadamente significativa, pero de una manera más consistente: los valores posmaterialistas se asociaron con la izquierda y los materialistas con la derecha. El que la influencia de esta variable haya crecido tiene que ver con que las generaciones más jóvenes de la sociedad mexicana son crecientemente posmaterialistas, al grado de que el balance de preferencias posmateriales ha superado a las materiales (Moreno, 2005). En contraste, las generaciones mayores son abrumadoramente más materialistas, como se ha observado en Europa por muchos años.

Este contraste generacional no se había observado tan nítidamente antes de la encuesta de 2003, por lo que es un fenómeno reciente en México. Por ello, la explicación del surgimiento de los valores posmaterialistas en el país debe buscarse en las experiencias culturales de los mexicanos de esta época y no necesariamente en el nivel de desarrollo económico alcanzado (la cual sería la explicación clásica del surgimiento de manifestaciones posmateriales). El inicio de siglo ha estado marcado no sólo por la alternancia política, sino también por una mayor exposición a la globalización (tanto por la vía de la migración como por la entrada de más empresas, productos, servicios e ideas al país, estas últimas principalmente por los medios de comunicación, aunque también por las formas de organización laboral y educativa, así como por las innovaciones tecnológicas). En general, se ha observado una mayor diversificación en los estilos de vida y, según las encuestas de valores, un claro aumento en el sentido de libertad individual de los mexicanos, quienes “hoy se sienten más libres que los mexicanos de hace diez o veinte años” (Moreno, 2005; ver también el capítulo IX). Los valores posmaterialistas en México han crecido en importancia porque la sociedad mexicana en su conjunto, y principalmente sus generaciones más jóvenes, se han movido poco a poco hacia una cultura de la autoexpresión, de la cual los valores posmaterialistas son un componente central. Estos últimos son un rasgo no solamente de una sociedad ambientalista y verde, como suele reducirse al concepto a raíz del *boom* ecologista en Europa, sino también de una sociedad crecientemente crítica de la autoridad y guiada por un sentido de libertad e individualismo (Inglehart, 1997).

La creciente relevancia política del posmaterialismo en México no se debe tanto a su movilización por parte de las elites políticas en el país, aun

cuando cada vez más se tocan temas de carácter posmaterial, sino a la transformación valorativa por la que está pasando la sociedad mexicana, y la brecha generacional que está generando dicha transformación, lo cual es muy probable que tenga efecto en la competencia político-electoral:

[C]ualquiera que sea la causalidad [...] lo cierto es que el sentido de libertad para elegir se ha ampliado significativamente durante los años de la democracia, de la alternancia, del libre comercio. Las desigualdades sociales persisten, los niveles de pobreza son escandalosos, la inseguridad provoca constantes miedos. A pesar de todo, nuestros valores han seguido una trayectoria que nos aleja de la cultura de escasez y supervivencia, a la vez que nos acerca a una cultura de expresión propia y de gran estima por la libertad. Los pasos en ese rumbo no son agigantados, pero sí consistentes, claros, significativos, como si supiéramos desde un principio hacia dónde vamos.

Esta travesía juntos, paradójicamente, nos separa. Las brechas generacionales de valores son más marcadas hoy que hace veinte años, especialmente las relacionadas con los valores de supervivencia, esos que se enfocan a la búsqueda de una seguridad física y fisiológica, y los valores de autoexpresión, los que enfatizan la libertad de elegir, o *human choice* (Moreno, 2005: 26).

En suma, el creciente significado ideológico y político de los valores va de la mano con una corriente de literatura que, precisamente, señala a estos últimos como una fuente de clivaje importante en los electorados contemporáneos (Inglehart, 1997; Knutsen, 2005; Gunther y Hsin-chi, 2007). En el caso mexicano, la conexión del posmaterialismo con las posturas de izquierda, como se observó en 2005, representa un electorado crítico de la autoridad y propenso a demandar políticas que garanticen o amplíen la libertad individual. Por el contrario, la vinculación del materialismo con las posturas de derecha representa un electorado guiado que busca la seguridad y la estabilidad, dispuesto a ceder parte de sus libertades a cambio de aquéllas. ¿Acaso el surgimiento de esta variable representa un nuevo clivaje que ha venido a sustituir a la previamente predominante división autoritario-democrática? Quizás es muy temprano para poder dar una respuesta a esa pregunta, pero, con base en la poca evidencia recopilada hasta ahora, ciertamente es una posibilidad. Lo importante por ahora es dejar documentado el creciente vínculo de esos valores con las posturas ideológicas de izquierda y derecha en el país, y, consecuentemente, su posible relevancia en la competencia político-electoral futura.

La redefinición de los contenidos de izquierda y derecha entre el electorado después de los comicios de 2000 sugiere que los mexicanos hemos abandonado un eje de conflicto que resultó primordial en la era de la transformación política del país (denominado de manera muy general el clivaje autoritario-democrático), y que hemos entrado a otra era política en la que las ideologías típicamente de contenido económico moldean la competencia electoral (el denominado eje de conflicto de izquierda-derecha materialista, para usar el término empleado por Knutsen [1989] para describir el eje de conflicto europeo, o simplemente el eje de posturas redistributivas estatistas contra las posturas individualistas de mercado). La evidencia hasta aquí presentada sugiere que, hoy en día, hay una clara correspondencia entre las preferencias o actitudes económicas y las ideologías de izquierda y derecha. Pero incluso esta fuerte asociación ya se había dejado ver desde 2000, mediante la encuesta tipo panel que se hizo en ese año. Dicho estudio permitió hacer pruebas de estabilidad y consistencia ideológica para determinar el grado de ideologización del electorado mexicano. Los resultados arrojados por el estudio panel de 2000 indican que buena parte del electorado mexicano piensa en términos ideológicos; además, la mayor parte de éste se identifica con alguna de las corrientes ideológicas de izquierda y derecha y eso tiene efectos importantes en sus preferencias partidistas (ver Moreno, 2006c). Una de las aplicaciones que se ilustran en el razonamiento ideológico de los mexicanos es la referente a las posturas en torno a una reforma energética: “[los] datos[...] confirma[n] que la estabilidad y consistencia ideológicas marcan posturas claramente más acentuadas en la opinión pública [mexicana] sobre el tema de la industria eléctrica” (Moreno, 2006c: 30). Además, el mismo estudio concluyó que “la estabilidad ideológica es mayor entre los segmentos más escolarizados, más interesados en política y entre los más comprometidos afectivamente con los partidos políticos, y muy posiblemente con las probabilidades de que una persona vote en una elección” (Moreno, 2006c: 31). En otras palabras, la ideología importa en México, ya sea como un recurso cognoscitivo sofisticado de unos pocos, o como un recurso afectivo y de identificación y posturas políticas entre un segmento importante del electorado.

Algunas otras investigaciones que se han hecho en el país acerca del uso que los mexicanos hacen de los recursos ideológicos, han encontrado que, efectivamente, la ideología importa. James McCann, por ejemplo, encuentra una importante dimensión ideológica en las opiniones que en 2006 los mexicanos tenían del presidente de Estados Unidos, George W. Bush, y del presidente de Cuba, Fidel Castro. Dichas posturas marcan, en su análi-

sis, una dimensión subyacente que se relaciona fuertemente con las orientaciones de izquierda y derecha (McCann, 2006). Otros estudios, también realizados con base en encuestas en escala nacional, han encontrado una fuerte correspondencia entre las posturas de izquierda y derecha y las opiniones que los mexicanos tienen del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Moreno, 2002c), o que las posturas de izquierda y derecha son un determinante importante de las opiniones y actitudes de los mexicanos respecto de Estados Unidos en general (Moreno, 2002d) y que las actitudes ideológicas, particularmente el individualismo económico, las posturas ante la inversión extranjera y los puntos de vista con respecto al comercio mundial son fuertes determinantes de la confianza o desconfianza que los mexicanos tienen hacia los estadounidenses (Moreno, 2007c). A diferencia de algunas investigaciones que han encontrado lo contrario (ver Estrada y Parás, 2006), toda esa evidencia apunta a que la opinión pública en México se expresa, en buena medida, bajo premisas de identificación ideológica.

En conclusión, la evidencia acumulada por lo menos durante la última década y media, con distintas encuestas y con diferentes temáticas, confirma que las orientaciones ideológicas del electorado mexicano importan y, más que una fuente de confusión, “las etiquetas ideológicas son un recurso recurrente del discurso político mexicano, así como un elemento central de la conexión que se observa entre los votantes y los partidos políticos en nuestro país” (Moreno, 2006c: 12).

DIMENSIONES IDEOLÓGICAS: EL ESPACIO DE LOS PARTIDOS EN MÉXICO

En la sección anterior se analizaron los determinantes de las posturas de izquierda y derecha en México y previamente se había abordado la relación entre estas últimas y las preferencias partidistas en el país. La conclusión en conjunto de ambas revisiones es que las preferencias partidistas están vinculadas con las posturas de izquierda y derecha de los electores y, a su vez, estas posturas reflejan una evolución temática que representa el principal eje de conflicto político, pasando de un clivaje autoritario-democrático principal, a uno de carácter económico, pero en el que la religión y los valores también cobran cada vez más importancia.

En esta última sección del capítulo se analizan las orientaciones partidarias ya no solamente en su vinculación con las posturas de izquierda y

derecha, sino en dos dimensiones temáticas de competencia política. El propósito de este análisis es mostrar cómo los partidos políticos tienen nichos específicos en las dimensiones relevantes de conflicto, y entender cuáles son las estrategias que han seguido durante el desenvolvimiento de la competencia electoral en el país. De hecho, comprender las coaliciones de votantes en función de sus posiciones en las dimensiones de competencia nos ayudará a entender cómo y por qué votaron los electores en 2006 de la manera como lo hicieron, además de por qué algunas estrategias de campaña funcionaron más que otras.

Para analizar las posiciones partidistas en dos dimensiones relevantes de conflicto es necesario construir éstas a partir de los datos disponibles. Las encuestas de valores utilizadas en varias partes de este capítulo nos permiten hacer dicha construcción con base en un análisis de factores. Por motivos de simplificación y de mayor ilustración para el lector, se escogieron dos pares de variables previamente analizadas: las económicas, que reflejan el conflicto de posturas favorables a una economía de Estado frente a las que apoyan una economía de mercado, por un lado, y las variables que representan las actitudes liberales y conservadoras ante el aborto y la homosexualidad, por el otro.

Los resultados del análisis de factores se muestran en el cuadro 34 en varias modalidades: los análisis de 2000 y 2005 por separado, y un análisis en el que se utilizan las cinco encuestas de valores realizadas desde 1990, acumuladas y combinadas en un solo archivo de datos. (Las cuatro muestras que forman parte de la Encuesta Mundial de Valores de 1990, 1997, 2000 y 2005, y la encuesta de valores de Banamex, realizada en 2003). Lo que puede observarse con estos datos es que, de manera consistente, los pares de variables mencionados componen o definen dos dimensiones ideológicas en México. Dichas dimensiones (una de valores liberales y conservadores y otra de preferencias económicas estatistas y capitalistas) son claramente identificables a lo largo del periodo (tanto con los datos del archivo acumulado, como en los análisis separados de 2000 y 2005, particularmente en la modalidad de rotación varimax, en donde se ve más claramente que son dimensiones empíricamente distinguibles entre sí). En todos los casos, las variables de valores liberales y conservadores explican un porcentaje ligeramente mayor de la varianza total que las variables económicas, por lo que son denominadas como primer factor, mientras que las variables económicas constituyen un segundo factor. Esto no quiere decir que sean las únicas dimensiones relevantes, pero sí que, además de ser

teóricamente relevantes, son consistentes durante el periodo estudiado. Adicionalmente, éstas nos permiten delinear un espacio bidimensional útil para entender la dinámica de competencia entre los partidos mexicanos.

Cuadro 31
Dimensiones ideológicas en México:
valores sociales y preferencias económicas, 1990-2005
(Análisis de factores por componentes principales).

	<i>Análisis conjunto 1990-2005</i>		<i>Análisis 2000</i>		<i>Análisis 2005</i>	
	<i>Factor I</i>	<i>Factor II</i>	<i>Factor I</i>	<i>Factor II</i>	<i>Factor I</i>	<i>Factor II</i>
<i>Extracción por componentes principales</i>						
Rechazo vs. aceptación homosexualidad	.835	-.164	.768	-.341	.804	-.233
Rechazo vs. aceptación aborto	.831	-.184	.769	-.348	.778	-.310
Igualdad de ingreso vs. incentivos individuales	.210	.751	.378	.686	.351	.695
Responsabilidad gobierno vs. individuo	.173	.763	.416	.650	.247	.746
<i>Porcentaje de la varianza explicada</i>	36.5%	30.2%	37.4%	28.2%	35.9%	29.8%
<i>Con rotación Varimax (con Kaiser)</i>						
Rechazo vs. aceptación homosexualidad	.851	.028	.839	.051	.834	.067
Rechazo vs. aceptación aborto	.851	.008	.843	.045	.837	-.015
Igualdad de ingreso vs. incentivos individuales	.036	.779	.019	.783	.082	.774
Responsabilidad gobierno vs. individuo	-.003	.782	.070	.768	-.033	.786

Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México (1990, 1997, 2000 y 2005), y Encuesta de valores de Banamex (2003). Cálculos del autor.

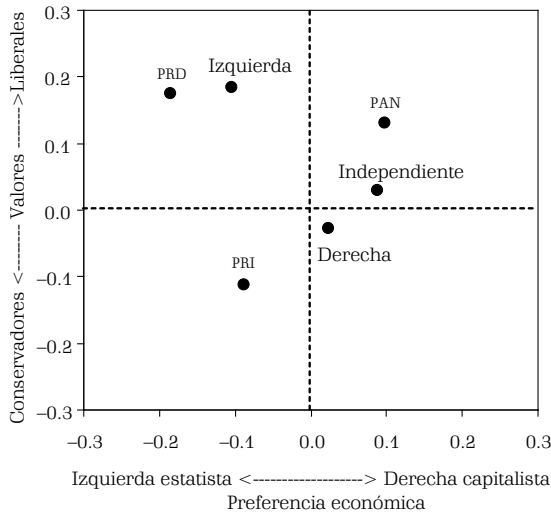
A partir del análisis mostrado en el cuadro 31, se pueden derivar los valores estadísticos para cada entrevistado en las dimensiones señaladas y graficar las posiciones promedio de los electorados partidistas en un espacio bidimensional. Este ejercicio nos permite tener una representación gráfica del espacio de partidos en México. La gráfica 11 muestra las posiciones de los electores promedio de los tres principales partidos polí-

ticos, así como del segmento de electores independientes. Además, también se presentan las posiciones promedio de los electores que se ubican a la izquierda y a la derecha en la escala ideológica, como un señalamiento del eje principal de conflicto en este espacio bidimensional. En la gráfica 11, la izquierda combina una posición de valores socialmente liberales y una preferencia económica hacia la redistribución y intervención estatal en la economía. En otras palabras, los electores de izquierda en 2000 eran en promedio más liberales y tenían una mayor preferencia por la igualdad económica y el estatismo. En contraste, los electores de derecha tenían una orientación valorativa conservadora y tendían ligeramente más hacia los valores típicos de una economía de mercado. Si estos dos puntos se conectan entre sí, la inclinación de la pendiente de la línea que los une nos permite concluir que ambas dimensiones tenían un peso similar, aunque ligeramente mayor en el de la dimensión vertical de valores sociales. Si este eje vertical estuviera representado por los puntos de vista hacia la democracia, predominantes en 2000, como ya se vio, la pendiente de la línea que une a los puntos promedio de la izquierda y la derecha enfatizaría el peso de ese eje de conflicto y su predominio sobre el eje económico, lo cual ya se ha mostrado en otros trabajos (Moreno, 1999a).

La gráfica 11 indica que en 2000 el electorado perredista se encontraba muy cerca de la postura media de la izquierda, compartiendo una posición similar en los valores sociales, pero con una postura un poco más acentuada en el eje económico hacia la igualdad y la responsabilidad estatal. En un cuadrante diferente, la posición promedio del PAN era similar a la del PRD en los valores sociales, pero era radicalmente opuesta en el eje económico, reflejando una mayor afinidad por la economía de mercado que los perredistas. Esto representa una diferenciación ideológica importante entre perredistas y panistas. Los independientes también compartían una posición similar al PAN en la dimensión económica representada por el eje horizontal, pero mostrándose menos liberales que los panistas de ese año. Por su parte, el elector mediano del PRI se ubicaba en el cuadrante que combina valores conservadores y una preferencia por la izquierda económica, no tan acentuada como la de los perredistas, pero sí lo suficientemente clara para distinguirse del PAN en ese eje. El PRI de 2000 también tenía la posición más cercana en este espacio a los electores de derecha, principalmente por ser los grupos más conservadores del electorado mexicano. Este es el retrato del espacio de los partidos en 2000 de acuerdo con las posiciones promedio de sus respectivos electores.

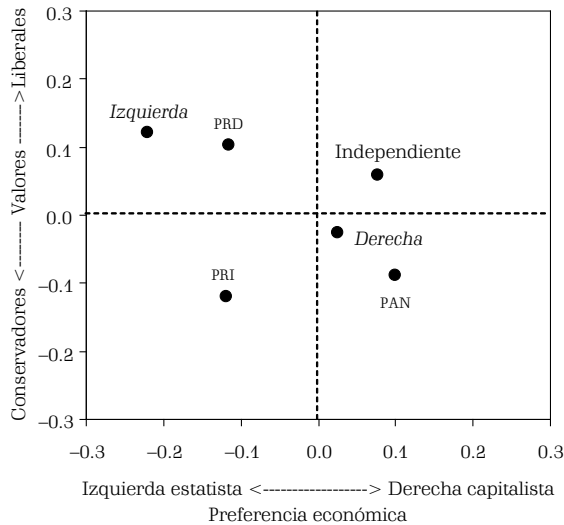
¿Cuánto cambió dicho espacio en 2006? La gráfica 12 nos permite tener una buena idea a este respecto, con base en los datos de la encuesta realizada a finales de 2005. La posición promedio de la izquierda era ligeramente menos liberal que en 2000, y mucho más marcada en el extremo de las preferencias económicas estatistas y redistributivas. En contraste, la derecha permaneció en un punto muy similar al de seis años antes, con una posición ligeramente conservadora y más capitalista. Trazando una línea entre ambos puntos, es decir, entre las posiciones promedio de la izquierda y de la derecha, es evidente que el eje económico horizontal fue preponderante en 2006, ya que la diferencia entre ambas corrientes ideológicas se da más acentuadamente sobre esa dimensión que sobre la de valores sociales. También se evidencian ciertas variaciones de las posiciones partidistas: el PRD moderó sus puntos de vista en ambos ejes (lo cual constituye un movimiento hacia el centro del espacio político), el PRI se movió levemente hacia una postura más conservadora y más de izquierda económica (aunque dicho movimiento es casi imperceptible) y el PAN experimentó, como ya se ha dicho a lo largo de este capítulo, una redefinición ideológica fundamental en torno a la dimensión de valores sociales.

Gráfica 11
Posición de los partidistas en dos dimensiones de competencia política, elección presidencial de 2000



Nota: Promedios por subgrupo a partir de los factores generados con el análisis del Cuadro 31.
Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2000.

Gráfica 12
 Posición de los partidistas en dos dimensiones de competencia política,
 elección presidencial de 2006



Nota: Promedios por subgrupo a partir de los factores generados con el análisis del cuadro 31.
 Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2005.

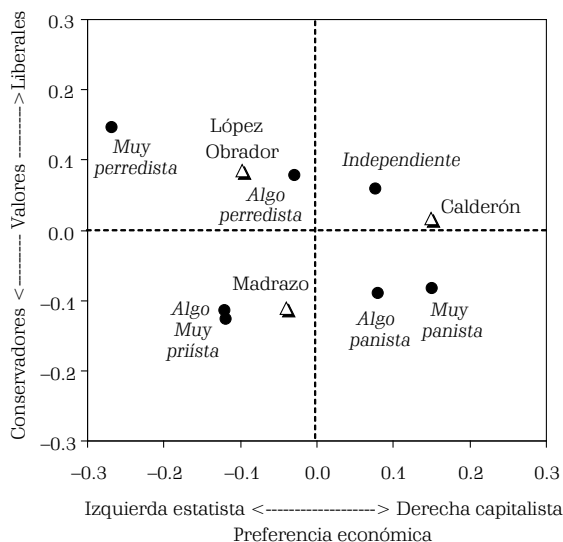
Si bien el electorado del PAN mantuvo una posición similar a la de 2000 en el eje económico, su impresionante deslizamiento en el eje vertical lo transformó de un partido cuyos seguidores eran, en promedio, más liberales, a otro de afinidad conservadora. Las transformaciones en el partidismo analizados en los primeros capítulos, así como la realineación ideológica descrita en este mismo capítulo, son señales claras de cómo ha cambiado el espacio de los partidos mexicanos luego de seis años de gobierno panista. Esto nos permite establecer las diferencias entre las coaliciones de votantes que se manifestaron en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Las diferencias entre una y otra se perciben en los tres partidos, pero fundamentalmente en el PAN. La idea originalmente planteada en este libro acerca de que esas elecciones se diferenciaron mucho por las coaliciones de votantes que apoyaron al candidato ganador tiene en estas gráficas una prueba empírica adicional: el PAN del 2000 ganó con un llamado al cambio que le brindó el apoyo de un electorado más prodemocrático y liberal, mientras que el de 2006 ganó una cerrada contienda con el llama-

do al no-cambio, que le atrajo el apoyo de un electorado significativamente más conservador. Esto, como veremos en el capítulo VII, permitió que una campaña enmarcada en la dimensión económica tuviera como arma importante la aversión al riesgo de los electores.

Los espacios partidistas de 2000 y 2006 representados en estas gráficas nos permiten entender mejor aún la composición ideológica de las coaliciones de votantes. Sin embargo, las elecciones presidenciales tienen un factor fundamental que no está considerado en estas gráficas: el factor candidato. Como lo dejó en claro la experiencia del 2000, el voto foxista no era exclusivamente un voto panista, ni tampoco en 2006 el voto a favor de López Obrador provenía exclusivamente de las filas del PRD. Si se comparan los resultados de la elección presidencial con la de diputados federales en cada caso, ambos candidatos presidenciales superaron a sus respectivas agrupaciones políticas en votos. ¿Cuánto cambia el espacio de los partidos hasta ahora mostrado si se considera el apoyo al candidato y no solamente al partido? Esto lo podemos evaluar para la elección de 2006, graficando al votante mediano de cada uno de los tres candidatos presidenciales principales (desafortunadamente en la encuesta de valores de 2000 no se incluyó una pregunta que reflejara el apoyo al candidato).

La gráfica 13 incorpora las posiciones promedio, en el espacio bidimensional, de los electores que decían apoyar a cada uno de los tres principales candidatos presidenciales en 2006. Es necesario decir que, debido a un número insuficiente de casos en la encuesta que apoyaban a los otros dos candidatos presidenciales menores, no es posible graficar las posiciones de sus votantes. Además de la posición promedio de los candidatos (según las posturas de sus seguidores), en esta gráfica se desagregan las posiciones partidistas diferenciando a los partidarios duros y blandos de cada uno de los tres partidos políticos. De esta manera puede verse, por ejemplo, que los priístas duros y blandos prácticamente tenían la misma posición en ambas dimensiones en 2005; los panistas duros, aunque igualmente conservadores que los blandos, eran un poco más afines a la economía de mercado, y los perredistas, en este caso, muestran una fuerte división interna, con los blandos siendo mucho más moderados y los duros mucho más extremos, por no decir radicales, en sus puntos de vista, en especial en el eje económico. La distancia ideológica entre perredistas y panistas duros en el eje económico nos ilustra, precisamente, el grado de polarización política de izquierda y derecha en la elección presidencial de 2006.

Gráfica 13
 Posición de los partidistas y del votante promedio de los principales
 candidatos presidenciales en dos dimensiones de competencia política,
 elección presidencial de 2006



Nota: Promedios por subgrupo a partir de los factores generados con el análisis del cuadro 31.
 Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2005.

No obstante, las posiciones promedio de los candidatos (según el valor que sus seguidores obtuvieron en ambas escalas) muestran una competencia más moderada de la que se deriva de las posiciones de los partidistas duros. El seguidor promedio de López Obrador era, efectivamente, de izquierda redistributiva y liberal, pero en mucho menor grado que el perredista duro. Por su parte, los seguidores de Calderón tenían, en promedio, una posición similar a la de los panistas duros en el eje económico, pero eran mucho más liberales que el PAN en su conjunto. De hecho, la diferencia más notable entre el votante mediano de López Obrador y el de Calderón no se da en torno al eje de los valores sociales, sino al de izquierda-derecha económica. Cuando Calderón ganó la contienda interna de su partido, su estrategia de campaña basada en los valores en efecto apelaba a los miembros activos y adherentes del PAN, probablemente tan conservadores o más que el elector panista promedio. En otras palabras, si la posición de los panistas

en la gráfica es representativa de los miembros activos y adherentes, que tenían derecho a voto en la elección interna de ese partido, la contienda interna que Calderón ganó tenía forzosamente que apelar a un electorado conservador. Sin embargo, la continuación de su campaña en términos de valores conservadores no era la adecuada para enfrentar a López Obrador en la elección general. La diferencia entre los votantes medianos de ambos candidatos presidenciales, como puede apreciarse en la gráfica, no estaba marcada por los valores, sino por sus preferencias por distintos programas y propuestas en materia económica, una evidencia más de que la elección de 2006 se dio en torno a una dimensión económica de conflicto. De hecho, como veremos en el capítulo VII, la activación de predisposiciones económicas fue un factor clave de las campañas en 2006.

La gráfica 13 muestra que el votante mediano de Roberto Madrazo era tan conservador como los priístas, pero más moderado en el eje económico que éstos. De acuerdo con estos datos, Madrazo estaba en posibilidad de debilitar a Calderón si apelaba a temas afines a los panistas blandos, quienes tenían cierta proximidad ideológica con el priísta. Esto quizás refleja el abandono de priístas a favor del PAN registrado en los últimos años y documentado en el capítulo II. En el caso de la contienda entre los punteros, el votante independiente tenía una posición intermedia entre López Obrador y Calderón a ocho meses de la elección, por lo que las campañas tenían el potencial de volverse una pugna por ese voto independiente. Éste, precisamente, es el que daba una ventaja al candidato perredista en las encuestas tempranas, cuando llevaba entre 10 y 15 puntos de ventaja, pero que al final de las campañas había cambiado de parecer, para favorecer en menor medida al perredista e incrementar su apoyo al panista. Los argumentos de carácter económico en la estrategia panista fueron cruciales para generar este cambio de opinión entre los independientes.

La gráfica 13 es particularmente ilustrativa para entender que el votante mediano de López Obrador era un poco más liberal que el de Calderón y mucho más que el del PRI, pero lo que realmente dividía a los seguidores del candidato del PAN de los del PRD en polos ideológicos de izquierda y derecha eran sus diferentes preferencias económicas. Si pudiésemos graficar la posición del votante foxista seis años antes, lo más probable es que ésta fuera más liberal que la de los dos candidatos punteros de 2006, pero centrista en lo económico, obteniendo apoyos, como ya hemos visto, tanto de la izquierda, como del centro y del centro-derecha. La bifurcación del voto foxista, también llamada Coalición del Cambio, dio como resultado

esta polarización entre el votante de izquierda lopezobradorista y el sufragante de derecha calderonista. El eje principal de la contienda se dio en torno a las diferencias en la dimensión económica de conflicto: estatismo vs. individualismo económico, igualdad vs. incentivos de mercado.

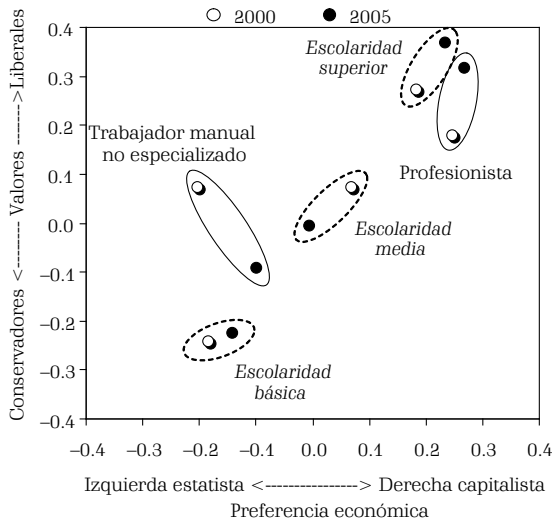
¿Tienen estas orientaciones ideológicas algún arraigo en la estructura social, o son simplemente representaciones valorativas que no tienen que ver con las variables estructurales, como el nivel de escolaridad, la clase social, el nivel de ingreso, o las diferencias generacionales? La evidencia de los años noventa señalaba que sí había una cierta relación de estas dimensiones ideológicas con variables estructurales como la escolaridad y la ocupación (Moreno, 1999a y 1999b), y que diferenciaban las posturas de las distintas generaciones de mexicanos (Moreno, 2003). Pero, ¿se observan también diferencias en las posiciones ideológicas de diversos grupos sociales en las encuestas de 2000 y 2005? La respuesta breve es sí. Efectivamente, las encuestas de valores nos permiten observar una vinculación de las variables estructurales con las orientaciones ideológicas, pero lo importante es entender cómo se da esa vinculación y qué implicaciones tiene para las dinámicas de competencia política en el país.

Las gráficas 14 y 15 nos ayudan a cerrar la discusión de este capítulo sobre las dimensiones ideológicas en México pues ilustran la relación entre variables como la escolaridad, la ocupación y los puntos de vista ideológicos (gráfica 14), o la brecha que marcan las diferencias en las orientaciones ideológicas de las generaciones jóvenes y las mayores (gráfica 15).

En general, tanto en 2000 como en 2005, la relación entre escolaridad y orientación ideológica es evidente: los segmentos de electores con escolaridad superior tienden a ser significativamente más liberales y más afines a la economía de mercado, mientras que los de menor escolaridad son más conservadores y más propensos a preferir una economía estatista y de igualdad económica. Esta diferencia no sólo es muy marcada, sino que incluso se profundizó de 2000 a 2005, periodo en el que los electores más escolarizados se volvieron levemente más liberales y más pro capitalistas. Los mexicanos de escolaridad media se ubican en un punto moderado en ambas dimensiones, lo que muestra que la relación entre escolaridad y orientación ideológica es monótonica en ambas dimensiones. En términos de ocupación, se seleccionaron dos categorías para ilustrar las diferencias: los profesionistas son, como cabría esperar dado su nivel de escolaridad, más liberales y más pro capitalistas, mientras que los trabajadores manuales, y en especial los no especializados, son menos liberales y más afines a las prefe-

rencias de izquierda económica. No obstante, de 2000 a 2005 se registró un cambio importante en la posición de estos últimos, es decir, a una posición un poco más conservadora en lo social y menos izquierdista en lo económico. Con esos cambios, este segmento se alejó de la posición promedio del PRD y se acercó a la correspondiente del PRI en el espacio partidista.

Gráfica 14
Posición promedio de electores en dos dimensiones de competencia política por escolaridad y grupos selectos de ocupación, encuestas 2000 y 2005

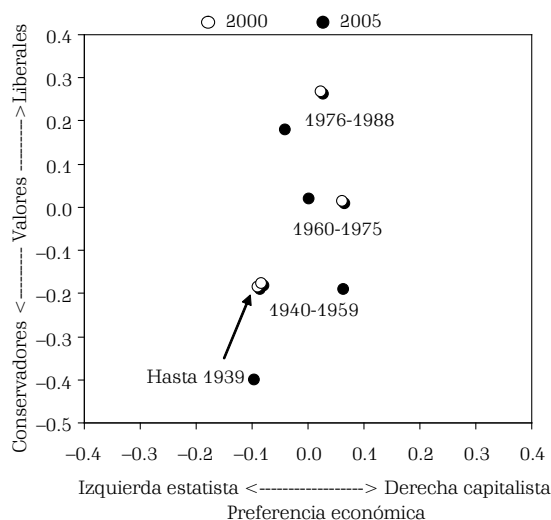


Nota: Promedios por subgrupo a partir de los factores generados con el análisis del cuadro 31.
Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2000 y 2005.

En lo que respecta a la brecha generacional, la gráfica 15 muestra que las diferencias ideológicas entre los mexicanos nacidos entre 1976 y 1988 y quienes nacieron antes de 1940 son muy marcadas, pero los son particularmente en torno a los valores sociales y liberales, no tanto en cuestión de puntos de vista económicos, lo cual no parece tener una influencia tan fuerte cuando se analizan las generaciones, pero sí las actitudes hacia el aborto y la homosexualidad. Entre 2000 y 2005 se evidencia un cierto deslizamiento hacia el conservadurismo entre las generaciones más jóvenes y las más maduras, pero la distancia ideológica entre ambas continúa siendo muy marcada. Una interpretación de los datos mostrados en la gráfica 15

es que las nuevas generaciones de electores tienen una orientación liberal en temas sociales, por lo que las ofertas políticas que busquen atraerlos deberían considerar esos términos. Sin embargo, su posición centrista en el eje económico indica que están divididos entre la izquierda y la derecha, como se vio en la contienda presidencial de 2006. En ese año, los jóvenes menores de 30 años dividieron marcadamente su voto entre López Obrador y Felipe Calderón, aunque la candidata de Alternativa también tuvo su mejor desempeño en ese segmento de votantes.

Gráfica 15
Posición promedio de electores en dos dimensiones de competencia política por año de nacimiento, encuestas 2000 y 2005



Nota: Promedios por subgrupo a partir de los factores generados con el análisis del cuadro 31.
Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México 2000 y 2005.

Si las orientaciones ideológicas de las nuevas generaciones son un indicador confiable acerca de cómo podría ser la dinámica electoral futura, estos datos nos describen el predominio del eje económico, con posturas encontradas entre el Estado y el mercado, y la inevitable “liberalización” de las ofertas políticas de los partidos en temas sociales. Para fortalecer su presencia entre este segmento, el PAN no podrá enfocarse únicamente en los valores conservadores de sus seguidores partidistas,

sino que tendrá que apelar a los valores liberales de las generaciones jóvenes. El dilema está entre fortalecer su naturaleza conservadora o voltear, como lo hizo en los noventa, al electorado de los cambios y de las demandas nuevas. El PRD también tiene el dilema de permanecer en un punto extremo de asistencia social y redistribución económica, o proponer modelos que incentiven el potencial empresarial y productivo de las generaciones jóvenes. Por su parte, el PRI, cuyo votante mediano ha envejecido y se ha concentrado en los segmentos menos escolarizados de la sociedad mexicana, tiene el dilema de conformarse con ese segmento cada vez más dependiente de la asistencia social, localizado en el campo, y poco abierto a las transformaciones que están teniendo lugar en el mundo, o descubrir cómo apelar convincentemente al México joven, moderno y escolarizado que ha sido producto de la liberalización económica, el libre comercio y la globalización.

Las estrategias polarizantes apuntan a la profundización de posturas de un PRD radical, un PAN conservador y un PRI tradicional. Por otro lado, las estrategias que avizoran un cambio generacional en México y que prevén su futuro requiere de un PRD liberal y de izquierda pero con propuestas de crecimiento económico que abran oportunidades a los mexicanos, a un PAN de derecha capitalista pero que esté abierto a segmentos de la sociedad mexicana que en ocasiones chocan con su conservadurismo, y a un PRI que, acostumbrado al voto corporativo y de grupo, comprenda de mejor manera que los cambios económicos y sociales de los últimos años le obligan a apelar a una sociedad cada vez más individualista y gustosa de la libertad para elegir.

Información, medios y campañas

Las experiencias de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 mostraron un aspecto muy importante de la vida política en el país: las campañas importan. Ambos procesos electorales comenzaron con un candidato encabezando las encuestas, las cuales mostraban una ventaja de varios puntos porcentuales a su favor algunos meses antes de la elección, pero terminaron con otro candidato distinto que ganó en las urnas, por un margen de alrededor de siete puntos en 2000 y por un escaso margen de alrededor de medio punto porcentual en 2006. Por lo general, estos cambios en las preferencias a lo largo de una campaña electoral suelen atribuirse a la información vertida durante ésta, ya sea por los medios de comunicación o por las conversaciones y la discusión política que los electores tienen en su entorno social y familiar. En este capítulo nos enfocamos en preguntas como ¿cuánta atención ponen los mexicanos a las campañas políticas? ¿De dónde obtienen su información durante las campañas presidenciales? ¿Qué efectos tiene el flujo de información política en las preferencias electorales y en la manera en que los electores perciben a los candidatos?

La reforma electoral de 1996 permitió, entre otras cosas, un acceso más equitativo de los partidos y sus candidatos a los medios de comunicación, por lo que las dinámicas de las campañas observadas en 2000 y 2006 fueron, en gran medida, definidas por esos cambios a la ley. Las campañas electorales fueron fundamentalmente mediáticas y en los mensajes se incluyeron tonos eminentemente negativos que, según la evidencia recopilada por los estudios tipo panel (Moreno, 2004a y 2006e), influyeron en algunos de los cambios de preferencias que tuvieron lugar en ambos procesos. En 2000, la campaña negativa fue un recurso de Fox para movilizar a los electores antipriistas. Para atacar al PRI se emplearon marcos discursivos que definían al partido gobernante como un frente común para la oposi-

ción, acusándolo de “corrupto” y de causante de las crisis económicas. A los priistas, en general, se les llamó “víboras y tepocatas”, mientras que al candidato presidencial del PRI, en particular, Fox le decía “chaparrito, mariquita y mandilón”. A pesar de que la mayor parte del electorado rechazaba esta manera de hacer campaña (ver la encuesta publicada por *Reforma* el 27 de marzo de 2000, “Reprueban electores campaña negativa”), su utilización no fue cuestionada ni por los políticos ni por los analistas, y tampoco por la autoridad electoral. Al final del proceso, los constantes ataques al PRI y a su candidato presidencial habían ayudado a reducir, y muy probablemente a remontar, la desventaja temprana del candidato del PAN. El contraataque priista que acusaba a Vicente Fox, entre otras cosas, de “grosero y vulgar”, parece haber llegado tarde e, incluso, haber generado un efecto contrario al deseado: alejar el apoyo de potenciales votantes priistas de Labastida (Moreno, 2004a). El triunfo del candidato panista el 2 de julio de 2000 fue un suceso histórico y pocos voltearon hacia atrás para acusar los recursos retóricos negativos que él, o el candidato del PRI, emplearon en sus campañas. El ataque como un medio para sacar al PRI de Los Pinos parece haber sido perfectamente legítimo.

En 2006 la historia fue muy diferente. Los tonos negativos de las campañas continuaron, pero en vez de crear un frente común, como en 2000, ahora iban de la mano con una creciente polarización. De un lado se acusaba al partido gobernante y, en particular al Presidente, de ser parte de una conspiración, de un “complot”, y al candidato presidencial panista se le tildaba simplemente como un “pelele”. Por otra parte al candidato de la izquierda se le etiquetó como un “peligro para el país”. Quizás, comparando con el viciado ataque que Fox dirigió a los priistas seis años antes, las acusaciones de 2006 no necesariamente fueron más denostables. En el fondo, ¿qué hace más noble o menos noble llamar a unos gobernantes “víboras y tepocatas” y a otros “chachalacas”? Ciertamente ninguna de las dos formas ha sido tan extrema como algunos ejemplos que podrían llenar los libros de texto de las campañas negativas. Como una ilustración, en la campaña presidencial de 1876 en Estados Unidos, el candidato demócrata, Samuel J. Tilden, fue llamado un “estafador sifilítico”, mientras que el candidato republicano, Rutherford B. Hayes fue acusado de asesinar a su madre en un arranque de locura; al parecer, ambas acusaciones no eran sino calumnias (ver Moreno, 2004a). Además del carácter impresionantemente negativo de las campañas presidenciales de 1876 –los demócratas señalaban que la presidencia de Grant había estado cargada de extorsio-

nes, corruptelas y robos (Binning *et al.*, 1999: 410)— esa elección fue una de las más cerradas de la historia de Estados Unidos y, al igual que en el año 2000, uno de los candidatos ganó el voto popular y otro el voto electoral: “por margen de un solo voto en el Colegio Electoral, 185 a 184, los republicanos retuvieron el control de la presidencia” (Binning *et al.*, 1999: 209). Tilden, el ganador de los votos populares por una diferencia de 250 000 sufragios, se declaró a sí mismo como “presidente electo”, esperando un regreso en la elección de 1880, pero en la cual ya no logró obtener la nominación de su partido (Binning *et al.*, 1999: 411).

En México, las campañas negativas de 2006, independientemente de si la retórica de ataques haya sido extrema o no, fueron un punto álgido de discusión que, a fin de cuentas, llevó a su prohibición. Es probable que la reforma electoral de 2007 cambie algunos de los patrones de información del electorado mexicano. Con esta reforma no sólo quedaron prohibidas las campañas negativas, sino que también se restringió la compra directa de espacios publicitarios con fines políticos y se prohibió el uso de la imagen de los funcionarios electos en la publicidad de gobierno. En estos momentos es difícil determinar qué efectos tendrán estas nuevas disposiciones legales en las formas en que los electores siguen las campañas. No obstante, para saber qué pudiera cambiar, hay que entender bien cómo han sido los patrones de información política de los electores durante una campaña presidencial. Hay que dejar claro que la reforma electoral de 2007 no restringe directamente a los electores, sino a los actores políticos y su capacidad de comunicación por los medios. Al final, la pregunta que habrá que tener en cuenta es si esta reforma amplía o no la oportunidad de los electores de contar con una mejor información para fundamentar sus decisiones.

Los estudios acerca de cómo la conducta electoral se relaciona con la información y la comunicación política, y cómo refleja los esfuerzos de persuasión y los efectos de las campañas, se han realizado de manera sistemática en otros países al menos desde que la radio y, posteriormente, la televisión, hicieron su entrada en el mundo de la política. Uno de los argumentos más consistentes y más comprobados de la literatura sobre la opinión pública y el comportamiento del votante es que la mayoría de los ciudadanos generalmente carece de información acerca de los asuntos políticos (Lippman, 1922; Downs, 1957; Converse, 1964; Zaller, 1992). Más que ser políticamente ilustrada, la ciudadanía en general, y el electorado en particular, se caracterizan por un “mar de ignorancia”. Descrito más empíricamente, la distribución de la información en el electorado tiene una alta

varianza alrededor de una media baja. En términos más simples, podría decirse que en el electorado hay algunos cuantos que saben mucho de la política, y una gran mayoría que sabe poco o no sabe nada acerca de ésta, y a la cual tampoco le interesa mucho enterarse. A este rasgo hay que añadir otro más: la distribución de información en la sociedad se caracteriza por una diversidad temática o de interés especializado, de manera que incluso quienes suelen poner más atención a la política lo hacen sólo en torno a algunos temas y no de manera generalizada, es decir, son públicos temáticos (Converse, 1964). Por supuesto, este retrato sobre la ignorancia masiva del electorado convulsionó a más de un teórico de la democracia, pues en su opinión una sociedad democrática debería tener la información y el conocimiento suficiente para tomar las decisiones correctas acerca de quién gobierna y con qué mandato (Key, 1966).

Durante muchos años, uno de los argumentos principales acerca de la información y las elecciones es que, no importa qué tan desinformado o desinteresado sea un individuo acerca de la política, éste siempre encuentra la forma de tomar decisiones razonadas. A este respecto, una extensa literatura aborda preguntas sobre cómo los individuos procesan de manera racional la información política a su alcance (McKelvey y Ordeshook, 1990; Fiorina, 1990); cómo son capaces de aprender durante los procesos y las campañas políticas (Markus, 1982; Álvarez, 1995); cómo se caracterizan por su atención selectiva y por utilizar atajos informativos en sus razonamientos (Iyengar, 1990; Popkin, 1991); qué papel desempeñan las elites políticas en la definición y magnitud del flujo de información masiva (Zaller, 1992; Page y Shapiro, 1992); qué efecto tienen la televisión, los mensajes políticos y las campañas en los electores (Iyengar y Kinder, 1987; Ansolabehere y Iyengar, 1995); qué papel desempeñan los marcos de referencia conceptuales incrustados de manera consciente o inconsciente en el discurso político (Zaller, 1992; Kinder y Sanders, 1996); cómo, en qué contextos y entre qué tipo de individuos se da más comúnmente la persuasión política (Mutz *et al.*, 1996); qué lugar tienen la credibilidad de los medios y la tarea de delegar los roles informativos a ciertas fuentes confiables (Lupia y McCubbins, 1998); cómo se ha desarrollado en México la imagen de los candidatos mediante las señales partidarias (Moreno, 2002), y qué papel toca a las redes de interacción personal en el proceso de información del elector (Gunther *et al.*, 2007). Este último tema, que fuera olvidado debido al predominio de las campañas mediáticas, de hecho vuelve al centro de la discusión luego de la reforma electoral de 2007: con el posible debi-

litamiento de las formas mediáticas de hacer campaña las redes personales de intermediación se vuelven más importantes. Además de los propios patrones de búsqueda y procesamiento de información que muestran los electores, los estudios sobre información y campañas políticas también abarcan los temas de la definición de la agenda y cómo los propios medios dan cobertura a los sucesos políticos (Norris, 2002; Thurber *et al.*, 2000; Patterson, 2002; McCombs, 2004; Iyengar y McGrady, 2007).

¿Cómo, pues, se entera el elector de la información política? Para el periodista y escritor estadounidense Walter Lippman (1922), el mundo de la política era simplemente muy lejano para la gente común y su acercamiento a éste tenía forzosamente que darse por medio de quienes conocen ese mundo más de cerca, por lo general las elites informativas, que lo interpretan para el ciudadano. La radio y, años después, la televisión, facilitarían el flujo de la información directamente en el hogar de los votantes, pero eso sólo era un pesar más para la perspectiva de Lippman, pues tal esfuerzo de comunicación masiva todavía dependía de un puñado de expertos e intérpretes de ese mundo político tan lejano. ¿Cómo se puede enterar el votante de lo que realmente está pasando? Pero también, ¿hasta qué punto le sirve al ciudadano enterarse de algo con todo lujo de detalle?

En los años cincuenta, Anthony Downs (1957) planteó una importante premisa para entender el comportamiento político racional de los individuos. Para él, y para muchos de sus seguidores, la información que una decisión política como el voto requiere no tiene que ser demasiada. De hecho, mantener un cierto nivel de ignorancia suele ser, hasta cierto punto, racional, ya que el simple hecho de informarse resulta muy costoso y produce pocos beneficios para la mayoría de los electores. ¿Para qué destinar más recursos a una decisión como el voto si puedo tomarla con el mínimo de información posible? Esta idea derivó en otra: los votantes suelen guiarse por pequeñas y breves piezas de información acerca de la política para tomar sus decisiones, por *cues* o señales informativas que permiten al votante hacer un juicio razonado con poca información (Popkin, 1991; Zaller, 1992). Esas señales ayudan al votante a saber si un candidato le gusta o le disgusta, o si una propuesta política es buena o mala, de acuerdo con la forma en que un mínimo de información se relaciona con sus creencias previas, sus valores básicos o sus predisposiciones políticas (Zaller, 1992; Kinder y Sanders, 1996).

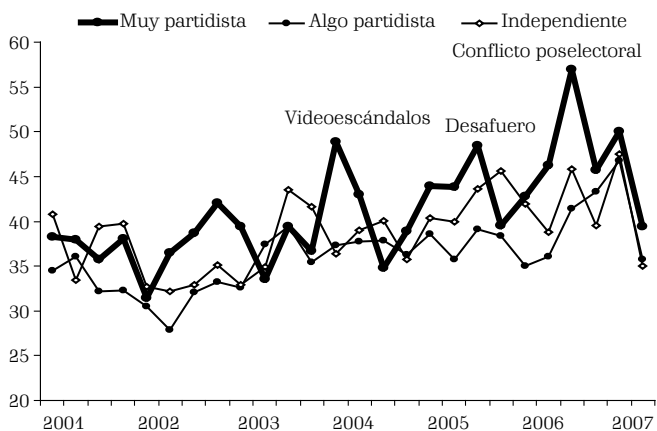
Por ejemplo, la identificación partidista es una predisposición que reduce los costos de información política para el elector, al que sirve como un "atajo informativo", ya que el complejo mundo de la política puede ser

clarificado con simples mensajes y posturas partidarias, también llamados *partisan cues*. Si bien es cierto que las señales partidarias reducen los costos de información, esta premisa se ha llevado al extremo de pensar que el partidismo suele “cegar” a los electores, quienes tienen menos incentivos para informarse de lo que pasa a su alrededor y simplemente siguen las posturas de sus respectivos partidos como un acto de “fe” (Dalton, 1984; Popkin, 1991). Sin embargo, esa idea no tiene un fundamento empírico en México. Como veremos en este capítulo, en general los electores partidistas suelen seguir y obtener más información política que los no partidistas. Al contrario de lo que algunos autores creen, el partidismo no es necesariamente un rasgo de ignorancia política, sino que puede servir como un catalizador para una mayor búsqueda de información en periodos de intensa actividad política. Popkin (1991) podría tener razón al decir que el partidismo sirve como un “atajo informativo”, como ya lo establecía el modelo de Michigan desde los años cincuenta, si por atajo se entiende llegar a una conclusión o postura política con base en la mínima señal que envían los partidos a sus electores; pero Popkin se equivoca al pensar que el uso o aplicación de atajos informativos es muestra de una mayor ignorancia. Como indican los datos mexicanos recopilados entre 2000 y 2007, el elector partidista duro suele informarse tanto o más acerca de la política y poner más atención a ésta que el elector no partidista. Esto significa que el atajo informativo y la ignorancia son cosas muy distintas. De hecho, un análisis racionalista podría decir que el elector partidista duro es menos racional (por buscar informarse más de la política, lo cual implica mayores costos), pero no menos informado. Por supuesto, el uso del término “racional”, en este caso, tendría que evaluarse a la luz de la utilidad que el elector partidista obtiene de informarse más. De un partidista, especialmente fuerte, esperaríamos que suela buscar información política como un fanático deportivo suele hacerlo con la de su deporte favorito.

La gráfica 16 da muestra de que los patrones de seguimiento de información política suelen variar entre los partidistas y los independientes. Los datos representan un nivel de exposición a las noticias por medio de la televisión, la radio, los periódicos y las pláticas con la gente, colapsados en una sola medida. Un porcentaje más alto significa un mayor seguimiento de las noticias por dichos medios. Como puede apreciarse, por lo general los partidistas blandos son los que menos siguen o tratan de enterarse de la información política, así que la etiqueta de “ignorantes racionales” podría aplicar-

se más confiadamente a ellos. Sin embargo, los partidistas duros suelen atender mucho más la información que cualquier otro grupo, en particular en momentos de intensa actividad política. Por ejemplo, en pleno conflicto poselectoral, en agosto de 2006, los partidistas duros llegaron al punto más alto de seguimiento noticioso en toda la serie, y dicho punto coincide con un nivel de atención mucho más bajo de los independientes y de los partidistas blandos. Esto confirma la premisa de que el conflicto poselectoral fue un episodio movilizador y hasta polarizante de los sentimientos partidarios, como se ha mostrado en otro lado (Moreno, 2008). Otro ejemplo de la mayor atención de los partidistas duros es su punto alto de la gráfica en agosto de 2005, en pleno momento climático del intento de desafuero de López Obrador. Sin embargo, aunque estos puntos altos de atención a la resultan ilustrativos de cómo los duros responden a la información política, llama la atención el efecto desmovilizador de las campañas en la elección intermedia de 2003, cuando ni los partidistas duros, ni ningún otro grupo de electores, mostraron mucho interés en el proceso electoral. Esto puede, en parte, explicar el alto nivel de abstencionismo registrado en esos comicios.

Gráfica 16
 Patrones de atención política por intensidad de partidismo: porcentaje que se entera con frecuencia de las noticias en televisión, radio, periódicos o platicando con la gente, 2001-2007



Nota: el porcentaje se deriva de un índice aditivo de atención a los cuatro medios citados que obtiene valores de 4 a 16; el porcentaje mostrado agrupa las categorías 11 a 16 (equivalente a que el entrevistado se entera "mucho" o "algo").

Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales trimestrales, 2001-2007 (n acumulada=38,473).

La gráfica 16 también muestra que en algunos momentos los independientes reportan mayores niveles de atención que los partidistas duros, aunque, en promedio, su exposición a las noticias es ligeramente menor que la de estos últimos. En general, el primer año de gobierno de Vicente Fox generó más atención de los independientes que de los partidistas, quienes también se interesaron más por la política en la segunda mitad de 2003 y en el último trimestre de 2005. No queda del todo claro a qué responde este patrón de atención política, pero lo que sí es evidente es que el comportamiento de los electores, y en especial de los partidistas duros, con relación a la búsqueda de información parece responder a momentos de particular interés. En otras palabras, los ciudadanos no buscan información política en la misma medida a lo largo del año durante todos los años, sino que suelen sentirse atraídos por la información dependiendo de los eventos y dicha atracción varía cuando se trata del segmento de partidistas duros o del de blandos o independientes.

Deberíamos esperar, entonces, que una campaña presidencial atraiga la atención de los electores. Por lo que se ve en los datos de la gráfica 16, sí es el caso de los partidistas duros en 2006, pero los independientes, de hecho, disminuyeron su interés durante el periodo de campañas. No es sino hasta el episodio poselectoral cuando la atención a la política subió de manera más o menos generalizada. Esto se confirma con los datos de la encuesta tipo panel recopilados antes y después de la elección: la atención y el interés en la política aumentaron en el periodo poselectoral aun entre los mismos individuos (Fuentes y Moreno, 2007).

¿CUÁNTA ATENCIÓN PONEN LOS ELECTORES A LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES?

De manera general, la política no suele interesar mucho a los mexicanos. La importancia que éstos le atribuyen es, de hecho, mucho menor que la que le dan a otros aspectos de la vida cotidiana. Según los datos de la Encuesta Mundial de Valores realizada en México en 2000 y 2005, entre 95 y 97 por ciento de los encuestados dijo que su familia es “muy importante” en su vida; alrededor de 85 por ciento dio el mismo nivel de importancia al trabajo; 66 por ciento consideró muy importante la religión en 2000 (cifra que disminuyó a 58 por ciento en 2005); 55 por ciento dijo que el tiempo libre es muy importante (cinco puntos porcentuales

más que en 2000) y entre 36 y 39 por ciento de los entrevistados calificó a los amigos como “muy importantes”. En contraste, quien dijo considerar a la política como “muy importante” fue entre 18 y 20 por ciento. Si éste fuese un indicador del nivel de politización, uno de cada cinco mexicanos podría catalogarse como más politizado. Por supuesto, como se ha mencionado hasta ahora, el grado de importancia que se le da a la política suele ser mayor entre los partidistas duros, aquellos que tienen un fuerte lazo afectivo con los partidos políticos. Por ejemplo, en 2000, el porcentaje de entrevistados que daba mucha importancia a la política era, como se mencionó, de 18 por ciento, pero la proporción aumentaba a 29 por ciento entre los partidistas fuertes. En 2005, el promedio de 20 por ciento que daba mucha importancia a la política aumentaba a 29 por ciento entre los partidistas duros en su conjunto, y hasta 42 por ciento entre los electores que dijeron ser muy perredistas, quienes probablemente veían una clara oportunidad de que su candidato presidencial ganara la elección.

¿Cuán diferente es el nivel de importancia que los mexicanos le dan a la política, comparado con el que otros ciudadanos reportan en sus respectivos países? Podría pensarse que el interés en la política es mayor en las democracias avanzadas, pero los datos de la más reciente Encuesta Mundial de Valores y el Estudio Europeo de Valores no apoyan esa creencia. Por ejemplo, la proporción de entrevistados que dice que la política “es muy importante” oscila entre 10 y 12 por ciento en países como Alemania, Francia y Estados Unidos, mientras que el nivel es incluso más bajo, entre 6 y 9 por ciento, en Gran Bretaña, Holanda e Italia (ver Halman *et al.*, 2008). Comparados con la proporción de entrevistados que dan mucha importancia a la política en México (20 por ciento), o incluso en Irak (37 por ciento), las respuestas observadas en los países industrializados no parecen tan “politizadas”. Los periodos de intensa actividad política, efectivamente, suelen aumentar el interés de los electores. Pero, a este respecto, mientras que en Estados Unidos la tendencia parece ser hacia un menor interés en las campañas políticas en los últimos años (Patterson, 2002), en México en el 2000 éstas lograron atraer la atención de una proporción sustancial de electores. No obstante, la baja jerarquía de la política en las prioridades de las personas es un rasgo más o menos general. Por ejemplo, en Argentina y Chile, la proporción de ciudadanos que da mucha importancia a la política fue entre 6 y 9 por ciento en la más reciente Encuesta Mundial de Valores (2005), mientras que en Brasil

se registró 15 por ciento, similar a lo observado en Suecia y China. Un fenómeno que se pudiera estar captando en esta serie de encuestas es el momento en que se midió esta actitud hacia la política. En México, la encuesta se realizó al término de los procesos de selección de candidatos presidenciales de los partidos, mientras que en Irak se dio a la par de un conflicto bélico y los intentos por construir un Estado democrático. Estos eventos pudieron haber aumentado el porcentaje de ciudadanos que atribuye mucha importancia a la política.

En México, los patrones de interés en las campañas presidenciales fueron más o menos similares en 2000 y 2006. Las encuestas nacionales preelectorales muestran que, al inicio de cada año, entre 40 y 43 por ciento de los electores manifestaban tener mucho o algo de interés en las campañas presidenciales, porcentaje que aumentó unos 10 puntos hacia el final del proceso, seis meses después. Esto puede apreciarse con los datos mostrados en el cuadro 32. En junio de cada año electoral, la proporción de entrevistados que dijo tener mucho o algo de interés en las campañas había aumentado a 51 y 53 por ciento. Esto significa que el interés suele incrementarse conforme se desarrollan los periodos en los que los candidatos presidenciales y sus partidos tratan de movilizar el apoyo de los electores. Por lo visto, las campañas de 2006 atrajeron la atención del electorado de una manera más rápida, ya que en abril el porcentaje de encuestados que dijeron estar muy o algo interesados en el proceso electoral había llegado a 49 por ciento, comparado con el 41 por ciento registrado seis años antes. En esto hay un aspecto adicional: como se verá en el capítulo IX, en abril de 2006, Calderón había rebasado temporalmente a López Obrador en las preferencias de los electores –habiéndose remontado una ventaja inicial de entre ocho y 10 puntos–, lo cual muy probablemente intensificó el interés del electorado en el proceso. En 2000, la mayoría de las encuestas públicas comenzó a delinear un escenario más competido hasta mayo, lo cual probablemente influyó en el aumento del interés en ese mes. Si este es el caso, la experiencia de las dos últimas elecciones presidenciales señala que los mexicanos suelen interesarse más en una contienda presidencial si ésta se percibe como competida a si se percibe como ganada de antemano. Como decía un encabezado de primera plana de *Reforma* en noviembre de 2005, cuando la encuesta de ese diario mostraba un porcentaje similar en las preferencias de los electores por López Obrador y por Calderón: “Se pone bueno: hay empate” (ver *Reforma*, 21 de noviembre de 2005).

Cuadro 32
Interés en las campañas y conocimiento de la fecha de la elección,
enero a junio de 2000 y 2006

	<i>Mucho o algo de interés en las campañas</i>		<i>Sabe la fecha de la elección</i>	
	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %	<i>2000</i> %	<i>2006</i> %
Enero	40	43	15	n.d.
Febrero	43	44	19	21
Marzo	41	45	41	26
Abril	41	49	43	44
Mayo	46	48	64	62
Junio	51	53	84	78

Nota: el porcentaje de mayo de 2000 es un promedio de las encuestas realizadas ese mes, y los porcentajes de abril y junio de 2006 también son promedios de las dos encuestas realizadas en cada mes. (n.d.: Dato no disponible).

Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales 2000 (siete encuestas, una mensual y dos en el mes de mayo, con 10,876 entrevistas acumuladas) y 2006 (ocho encuestas, una mensual, incluyendo dos en abril y dos en junio, con 15,831 entrevistas acumuladas).

Los datos mostrados en el cuadro 32 también indican que, además de generar un creciente interés por el proceso político, el desarrollo de las campañas presidenciales suele ir acompañado de un cierto aprendizaje por parte de los electores. Es difícil medir dicho aprendizaje en varias de sus facetas, pero una señal clara de ello es el porcentaje de electores que sabe la fecha de la elección. En 2000, la de entrevistados que fue capaz de decir la fecha exacta (considerando el día y el mes) en que tendría lugar la jornada electoral aumentó de 15 por ciento en enero a 84 por ciento en junio. En este sentido, los anuncios tanto del Instituto Federal Electoral como de los partidos políticos se encargaron de proveer constantemente esta información. Varios de los anuncios del candidato panista en la etapa final de la campaña terminaban con la frase: "Nos vemos el 2 de julio. Ya ganamos. Vota Alianza por el Cambio. Fox Presidente." En 2006, el porcentaje que sabía la fecha exacta de la elección aumentó de 21 en febrero a 78 en junio.

Aunque este sea un dato factual y la tendencia es de esperarse, el notable patrón de cambio nos obliga a preguntarnos ¿qué más aprenden los mexicanos durante las campañas presidenciales? ¿Qué información van adquiriendo y cómo puede llegar a afectar sus intenciones de voto o su compromiso con un partido o un candidato? Como veremos más adelante, los mexicanos no sólo están familiarizándose más con los candidatos a lo

largo de un proceso de campañas, sino, en algunos casos, van cambiando sus opiniones acerca de ellos.

¿POR CUÁLES MEDIOS SE INFORMAN LOS ELECTORES?

La expansión de los medios de comunicación en las sociedades, en particular los electrónicos, ha derivado en el predominio de la televisión y, en menor medida, de la radio, como fuentes primordiales de información política. Sin embargo, los periódicos mantienen un público importante, internet se encuentra en pleno desarrollo, y las dinámicas de interacción personal prevalecen –y en algunos países dominan– como una de las formas más comunes y creíbles de difusión de información política para el ciudadano.

La Encuesta Mundial de Valores ofrece mediciones comparativas de un buen número de países. De acuerdo con los datos provenientes de una selección de esos países, presentados en el cuadro 33, los medios electrónicos (televisión y radio) son utilizados con mucha frecuencia en la mayoría de las sociedades que participaron en el estudio. Su uso va desde 98 por ciento de los ciudadanos en Australia y Suecia, hasta 61 por ciento que se reporta en la India. En Estados Unidos, 90 por ciento de los entrevistados dijo haber utilizado alguno de esos medios para enterarse de las noticias en la semana previa al levantamiento de la encuesta, mientras que en México la proporción fue de 89 por ciento. Independientemente de la calidad de la información ofrecida en los medios electrónicos, los porcentajes de uso de televisión o radio son muy similares en México y en su vecino país del norte. Sin embargo, el uso de los periódicos es mucho mayor en Estados Unidos (68 por ciento) que en México (48 por ciento). Aunque en Brasil el uso de la televisión o radio también es similar al que se registra entre los mexicanos (89 por ciento), el nivel de uso de la prensa escrita es mucho menor en el país sudamericano (36 por ciento).

Comparativamente, México se encuentra casi al nivel de los países desarrollados en cuanto al uso de la televisión como medio informativo. Sin embargo, el nivel de empleo de la prensa o de internet son significativamente menores entre los mexicanos (48 y 22 por ciento, respectivamente). En Suecia, por ejemplo, se reportan los niveles más altos de empleo de los diversos medios informativos: el uso de la televisión o la radio alcanza 98 por ciento, mientras que el de periódicos es de 85 por ciento y el de internet de 71 por ciento (probablemente el más alto de todo el mundo, seguido por

Cuadro 33
Fuentes de información en distintas sociedades, 2005
(Porcentaje que utilizó los siguientes medios para enterarse
de las noticias en la semana previa a la encuesta)

	<i>Televisión o radio %</i>	<i>Periódico %</i>	<i>Internet %</i>	<i>Charlas con amigos o colegas %</i>	<i>Promedio %</i>
Suecia	98	94	71	93	88.8
Finlandia	97	89	57	90	83.3
Australia	98	85	54	90	81.8
Holanda	97	75	67	84	80.8
Alemania	96	86	44	86	77.9
Estados Unidos	90	68	69	82	77.5
Corea del Sur	94	75	65	73	76.9
Japón	98	90	46	69	75.8
Canadá	96	72	53	81	75.5
Gran Bretaña	93	72	49	83	74.4
Italia	95	71	40	87	73.4
Serbia	89	73	29	84	68.9
Francia	95	62	38	76	67.8
Polonia	97	56	28	88	67.1
Eslovenia	90	63	35	76	66.0
Chile	93	64	34	67	64.7
Rusia	94	54	21	84	63.4
Bulgaria	97	63	19	72	62.8
Indonesia	91	53	21	85	62.6
Ucrania	92	61	11	77	60.4
Taiwán	90	56	34	52	58.1
Brasil	86	36	24	86	58.0
México	89	48	22	66	56.2
Etiopía	79	53	18	72	55.7
Rumania	94	51	14	60	55.0
Argentina	90	47	21	60	54.7
Vietnam	95	39	10	73	54.4
Zambia	72	43	18	74	51.8
Colombia	89	31	17	63	50.1
Ghana	82	23	9	80	48.7
Uruguay	90	30	19	55	48.5
India	61	52	9	61	45.7
Rwanda	63	10	12	93	44.3
China	75	23	11	44	38.3

Fuente: Encuesta Mundial de Valores 2005. (n = 62,498 total, n = 47,145 correspondientes a los países mostrados en el cuadro; por razones de espacio no se presentan algunos países incluidos en esta ronda del estudio).

Estados Unidos, donde se reporta 69 por ciento). Al mismo tiempo, los suecos registran el segundo porcentaje más alto de obtención de información política a través de charlas personales (el primer lugar lo ocupa Rwanda, con 93 por ciento, donde el nivel de penetración de la televisión alcanza sólo 63 por ciento y la prensa e internet únicamente 10 y 12 por ciento, respectivamente). En México, las relaciones interpersonales son la segunda fuente más común de información política, con 66 por ciento. Este resulta un dato importante, a raíz de la reforma electoral de 2007, ya que la información política –y en particular la publicidad pagada– en las elecciones venideras es menos probable que fluya por los medios electrónicos, y es más posible que se extienda por las relaciones interpersonales.

Obtener un promedio general que refleje el uso de los medios informativos por país pudiera ser inadecuado debido a que no refleja el peso relativo que cada uno de esos medios puede tener en cada sociedad, así como el tipo de información que se maneja en cada uno. Sin embargo, por motivos puramente de ilustración, el promedio aritmético de las proporciones que reportaron utilizar los distintos medios informativos revela aspectos interesantes acerca de cómo se enteran los públicos en estas distintas sociedades, incluida la mexicana. Suecia tiene, por ejemplo, la sociedad con mayor penetración informativa (88.8), seguida por Finlandia (83.3). Estados Unidos aparece en el sexto lugar (con un promedio de 77.5), por debajo de Australia (81.8), Holanda (80.8) y Alemania (77.9). Brasil y México aparecen en los lugares 23 y 24 de la lista de 35 países mostrados en cuadro 33, con promedios de 58 y 56.2, respectivamente. Esto los sitúa por debajo de Chile (64.7), pero arriba de Argentina (54.7), Colombia (50.1) y Uruguay (48.5), como referentes latinoamericanos. China aparece con el promedio más bajo (38.3). Aunque 75 por ciento de los chinos dice haber tenido acceso a la información gracias a la televisión o la radio, solamente 44 por ciento lo hizo por medio de charlas con otras personas, 23 por ciento de los periódicos y 11 por ciento internet.

Estos datos comparativos nos dan una buena idea acerca de los patrones de información política de los mexicanos. Pero, ¿cómo se dan dichos patrones en un contexto electoral y cuánto cambiaron de 2000 a 2006? El cuadro 34 ofrece algunos datos para responder estos cuestionamientos. Los cifras se derivan de las encuestas nacionales preelectorales realizadas entre enero y junio de cada año, acumulando más de 10,000 entrevistas en 2000 y más de 15,000 en 2006. Los resultados de estas encuestas reflejan las proporciones de electores que siguieron las noticias por la televisión, la radio, los periódicos y con charlas con otras personas. Estos porcentajes

reflejan el promedio de enero a junio. Por ejemplo, 62 por ciento dijo, en el año 2000, haberse enterado “mucho” o “algo” de las noticias por la televisión. En 2006, esa proporción fue ligeramente mayor, 67 por ciento.

Cuadro 34
Seguimiento de noticias a través de los medios de comunicación
y de contactos personales, 2000 y 2006

<i>¿Cuánto se entera de las noticias a través de...</i>		
	2000 %	2006 %
<i>La televisión</i>		
Mucho	33	38
Algo	29	29
Poco	28	26
Nada	10	6
<i>La radio</i>		
Mucho	13	16
Algo	18	21
Poco	34	31
Nada	34	31
<i>Los periódicos</i>		
Mucho	12	16
Algo	15	20
Poco	26	27
Nada	46	36
<i>Platicando con la gente</i>		
Mucho	14	18
Algo	26	28
Poco	34	32
Nada	26	21

Nota: los porcentajes pueden no sumar 100 ya sea por el redondeo o porque no se muestra la categoría “no sabe”.

Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales 2000 (n = 10,876) y 2006 (n = 15,834).

El porcentaje que dijo enterarse “mucho” o “algo” de las noticias por medio de la radio también creció ligeramente entre 2000 y 2006, de 34 a 37 por ciento. Esto significa que, aunque la televisión y la radio aparecen bajo una misma categoría en la pregunta de la Encuesta Mundial de Valores, la primera tiene mucha más presencia y penetración en México que la radio, en pro-

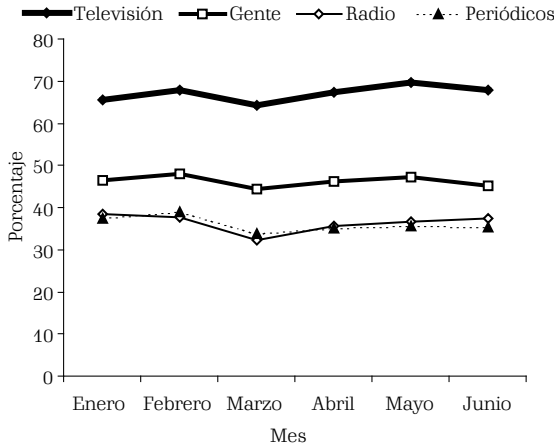
porción de casi dos a uno. Por su parte, el porcentaje que dijo enterarse mucho o algo de las noticias en los periódicos aumentó de 27 a 36 por ciento en el mismo periodo, cambio que situó a la prensa escrita a la par de la radio como fuente de información política en la más reciente elección presidencial. Finalmente, las pláticas con la gente se ubicaron como la segunda fuente de información política en México, sólo detrás de la televisión. En 2000, el porcentaje que dijo enterarse mucho o algo de las noticias a través de sus pláticas con la gente era de 40, mientras que en 2006 la proporción fue de 46 por ciento. La tendencia marcada por estos dos años electorales apunta hacia un aumento de los distintos medios como fuentes de información política, incluidas las redes personales. De nuevo esto último es particularmente relevante para tratar de prever cómo podría darse el flujo de información política durante las campañas, luego de la reforma electoral de 2007.

En general, estos datos indican que los mexicanos fueron ligeramente más propensos a buscar información política en 2006 que en la elección de 2000. Además, lo hicieron de manera más o menos consistente a lo largo del periodo electoral, como lo muestran los datos en la gráfica 17. De acuerdo con ésta, el porcentaje de mexicanos que siguió las noticias políticas por la televisión se mantuvo por arriba de 60 por ciento, mientras que la proporción de quienes se informaron regularmente mediante sus pláticas con otras personas se mantuvo en alrededor de 45 por ciento. La atención a las noticias en radio y periódicos muestra un comportamiento muy similar: entre 35 y 40 por ciento dijo haber seguido las noticias “mucho” o “algo” por esos medios.

Los patrones de seguimiento de noticias suelen ser mayores entre los partidistas duros que entre los independientes o entre los blandos. Por ejemplo, la proporción que dijo seguir “mucho” las noticias por la televisión durante el periodo de campañas de 2006 fue de 45 por ciento entre los partidistas duros, 38 por ciento entre los independientes y 33 por ciento entre los blandos. Quienes dijeron enterarse “mucho” de las noticias en la radio entre esos mismos grupos de electores fueron 21, 14 y 14 por ciento, respectivamente. En el caso de los periódicos se registraron promedios de enero a junio de 20, 15 y 14, también respectivamente. Por último, en el caso de las pláticas con otras personas, 25 por ciento de los partidistas duros dijo enterarse mucho de las noticias por ese medio, frente a 16 por ciento de los independientes y una proporción similar de los partidistas blandos. En suma, estos últimos suelen ser los mayores consumidores de información política por los distintos medios aquí considerados.

Gráfica 17

Porcentaje de entrevistados que dijo enterarse “mucho” o “algo” de las noticias en televisión, radio, periódicos o platicando con la gente, enero a junio de 2006



Nota: el porcentaje de abril y junio son promedios de dos encuestas realizadas en cada mes.
Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales de 2006 (n = 15,831).

Hasta ahora, estas variables nos han permitido evaluar cuáles son los medios por los que más se enteran los mexicanos acerca de las noticias; para ello se utilizó una escala con las opciones de respuesta “mucho”, “algo”, “poco” y “nada”. Pero, ¿cuánto es “mucho” y cuánto es “algo”? La encuesta CNEP-III realizada en México en 2006 nos ayuda a detallar un poco más esas opciones en términos temporales. De acuerdo con ese estudio, 55 por ciento de los entrevistados en la ronda poselectoral de julio afirmó haber seguido las noticias políticas en televisión todos o casi todos los días; mientras que 19 por ciento manifestó hacerlo tres o cuatro días por semana, 13 por ciento solamente uno o dos días, 5 por ciento con menor frecuencia y 8 por ciento dijo nunca seguir las noticias por televisión. Esto quiere decir que poco más de la mitad de los mexicanos fueron asiduos consumidores de información política en ese medio. Aunque el porcentaje que dijo por lo menos tres días a la semana (74 por ciento) es ligeramente mayor que el registrado con las opciones “mucho” o “algo” de la escala previamente utilizada (67 por ciento), su equivalencia es más o menos cercana. Y la coincidencia es incluso más notable en el caso de la radio: mientras que en las encuestas preelectorales de *Reforma* 36 por ciento dijo en-

terarse “mucho” o “algo” de las noticias por la radio, en el estudio CNEP-III 35 por ciento afirmó hacerlo por lo menos tres días a la semana. Incluso, el porcentaje que dijo seguir “mucho” las noticias en la radio es muy similar al que dijo haberlas seguido “todos o casi todos los días”, que resultó en 17 por ciento. No obstante, estas coincidencias en las proporciones desaparecen en el caso de los periódicos: 36 por ciento dijo utilizarlos “mucho” o algo” en 2006, mientras que solamente 24 por ciento los consultaba por lo menos tres días a la semana. Esto quiere decir que las opciones temporalmente indeterminadas “mucho” o “algo” pueden variar, lo que depende del medio en cuestión. Estos datos que utilizan un referente específico de días de uso se presentan en el cuadro 35.

Las revistas también se incluyeron como una opción en la encuesta CNEP-III, pero solamente 6 por ciento de los entrevistados dijo verlas por lo menos una vez a la semana; en contraste, 85 por ciento afirmó nunca recurrir a las revistas para obtener información sobre las campañas electorales. El uso de internet es más o menos similar: mientras que sólo 5 por ciento dijo utilizarlo por lo menos una vez a la semana, 89 por ciento reportó no utilizarlo como medio de información política. En 2006, el envío de correos electrónicos favorables o desfavorables a los candidatos presidenciales fue más común que antes. ¿Cuál fue su alcance? Según el estudio CNEP-III, 17 por ciento de los entrevistados en la ronda poselectoral afirmó tener una dirección de correo electrónico. A su vez, 5 por ciento del total del electorado dijo haber recibido algún correo electrónico referente a los candidatos presidenciales y otro 5 por ciento afirmó haberse enterado de tales correos electrónicos. El 90 por ciento no tuvo contacto con las campañas por medio del famoso *e-mail*.

Considerando estas proporciones, puede decirse que solamente uno de cada 10 electores recurrió a revistas o a internet para informarse de las campañas electorales en 2006, mientras que una proporción igual no utilizó la televisión para informarse de lo que acontecía con los candidatos y sus partidos. Esto es un indicador muy claro del predominio de la televisión como fuente primordial de información política en el país. Sin embargo, también hay que poner en perspectiva una diferencia fundamental: la televisión como fuente primaria de información generalizada es una cosa, pero como portadora de información y discusión política específica es otra. A pesar de la enorme audiencia que la televisión tiene en cuanto a lo primero, el porcentaje de gente que sigue específicamente programas de discusión política es muy reducido. Mientras que 90 por ciento de los en-

cuestados dijo haber visto noticieros en la televisión en 2006, en la muestra preelectoral de la encuesta CNEP-III solamente 14 por ciento de los entrevistados dijo haber visto en televisión algún programa de discusión sobre temas políticos (en comparación con 5 por ciento que siguió programas de discusión política en la radio). Casi la mitad de ese 14 por ciento (46 por ciento, equivalente a poco más de 6 por ciento del electorado total), reportó ver dichos programas solamente una vez a la semana, lo cual quiere decir que sólo alrededor de 7 por ciento del electorado total en 2006 era asiduo seguidor de los programas de discusión política en la televisión. Seguramente se trataba de partidistas duros.

Cuadro 35
Frecuencia con la que el entrevistado siguió las noticias políticas
en los medios electrónicos e impresos en 2006

	<i>Televisión</i> %	<i>Radio</i> %	<i>Periódicos</i> %	<i>Revistas</i> %	<i>Internet</i> %
Todos los días o casi todos los días	55	17	14	1	2
Tres o cuatro días por semana	19	8	10	2	1
Uno o dos días por semana	13	9	13	3	2
Con menor frecuencia	5	10	10	8	5
Nunca	8	56	52	85	89
No sabe	0	0	1	1	1

Fuente: CNEP-III México 2006, ronda poselectoral, julio (n = 2,400).

Además de los medios, ¿hasta qué grado se informan los mexicanos a partir de las pláticas cotidianas? ¿Con quién se habla más de política y cuáles son los posibles efectos de esas charlas? ¿Son persuasivas, de manera que influyen para cambiar los puntos de vista de algún familiar, o simplemente refuerzan las preferencias ya prevalecientes? De acuerdo con los datos de la ronda poselectoral de la encuesta CNEP-III realizada en México en julio de 2006, las personas con las que más se discute acerca de asuntos políticos son los familiares, seguidos por los amigos, los compañeros de trabajo y, en menor medida, los vecinos, en ese orden. Según ese estudio, 56 por ciento de los entrevistados dijo haber hablado con su familia acerca de las elecciones y otros asuntos políticos frecuentemente (21 por ciento) o algunas veces (35 por ciento). Esto quiere decir que la mayoría de los mexicanos abordó temas políticos en sus conversaciones fami-

liares con cierta frecuencia durante el periodo de campañas de 2006. Estos datos pueden observarse en el cuadro 36.

Como sería de esperarse, los partidistas duros son quienes más suelen discutir asuntos políticos con otras personas, y la familia no es la excepción. El nivel más alto de discusión política con la familia lo reportaron los perredistas duros, con 37 por ciento de ellos que dijo entablar, con frecuencia conversaciones familiares con temas políticos. Por su parte, 34 y 29 por ciento de los panistas duros y priístas duros, respectivamente, también reportan ese nivel de conversación política con la familia. En contraste, los porcentajes de discusión política familiar disminuyen a 25, 19 y 14 por ciento entre los perredistas, panistas y priístas blandos y también a 14 entre los independientes. La mayoría de estos últimos (53 por ciento) dijo rara vez o nunca sostener conversaciones familiares con temáticas políticas.

La misma encuesta poselectoral CNEP-III indica que, simplemente por tratarse de la familia, las preferencias electorales no necesariamente son las mismas. Esto significa que las conversaciones o discusiones políticas en el hogar no sirven sólo como refuerzo a las predisposiciones político-electorales. Por ejemplo, 27 por ciento de los entrevistados reportó que los miembros de su familia compartían su misma preferencia electoral, mientras que 49 por ciento dijo que sus familiares tenían una preferencia distinta a la suya. Otro 25 por ciento no sabía cómo pensaba votar su familia. Entre los casados, el nivel de coincidencia en preferencias políticas con su pareja era mucho más alto: 54 por ciento de los entrevistados dijo que su esposo o esposa había votado por el mismo candidato presidencial que ellos. Esto significa que, en por lo menos 46 por ciento de las parejas, el voto pudo haberse emitido a favor de candidatos distintos.

Los datos mostrados en el cuadro 36 indican que 42 por ciento de los entrevistados en julio de 2006 dijo haber entablado conversaciones con temas político-electorales con sus amigos, ya sea frecuentemente (15 por ciento) o algunas veces (27 por ciento). De nuevo, los partidistas duros fueron más propensos a platicar sobre política con sus amigos que los partidistas blandos, y éstos fueron, a su vez, más dados a hacerlo que los independientes. Según la encuesta CNEP-III, las conversaciones con amigos no son solamente intentos por reforzar puntos de vista similares, sino también espacios para la persuasión política, es decir, a los intentos por convencer a alguien de tomar una postura o de declinar a la que ya tenía para adoptar otra. De acuerdo con el estudio recopilado en julio de 2006, 12 por ciento de los entrevistados dijo que “frecuentemente” trataba de convencer a sus

amigos de compartir su punto de vista, mientras que 29 por ciento manifestó que “algunas veces” intentaba dicha labor de persuasión. En total, por lo menos 41 por ciento de los mexicanos entrevistados en julio de 2006 expresó haber tratado de convencer a sus amigos de sus puntos de vista políticos. En este caso, los panistas duros fueron quienes más reportan haber llevado a cabo estos intentos persuasivos.

Cuadro 36
Patrones de discusión política, 2006

	<i>Familia</i> %	<i>Amigos</i> %	<i>Compañeros de trabajo</i> %	<i>Vecinos</i> %
<i>¿Con qué frecuencia habla con estas personas acerca de las elecciones o asuntos políticos?</i>				
Frecuentemente	21	15	12	7
Algunas veces	35	27	15	15
Rara vez	28	25	17	24
Nunca	15	29	39	48
No sabe	1	4	17	6

Fuente: CNEP-III México 2006, ronda poselectoral, julio (n = 2,100).

Esto último sugiere que las conversaciones con otras personas pueden no solamente darse de manera positiva, en el sentido “deberías de apoyar a este candidato porque es el más conveniente o capaz”, sino también de manera negativa, tratando de que el amigo o conocido desista de su intención de votar por un candidato contrario. Por ejemplo, la ronda poselectoral de la encuesta CNEP-III preguntó a los encuestados “¿de cuál de los candidatos se habla más desfavorablemente en su familia?”, a lo que 43 por ciento respondió que de López Obrador, 20 por ciento de Roberto Madrazo, 19 por ciento de Felipe Calderón, 1 por ciento de algún otro candidato; solamente 10 por ciento dijo que de ninguno y 7 por ciento no sabía. Como comparación, 51 por ciento consideraba que los medios de comunicación se referían de modo más desfavorable de López Obrador, mientras que 13 por ciento consideraban que de Roberto Madrazo y sólo 11 por ciento señalaba que de Calderón. Estos datos son una muestra de la potencial capacidad persuasiva de las conversaciones que tienen lugar en el seno de la familia, adicional a la que suele atribuirse a los medios de comunicación masiva.

Volviendo al cuadro 36, la conversación frecuente (12 por ciento) u ocasional (15 por ciento) con los compañeros de trabajo se da entre poco más de

una cuarta parte del electorado total (27 por ciento). Si se considera que 58 por ciento de la encuesta CNEP-III reportó que realiza alguna actividad laboral, ya sea como empleado o por cuenta propia, podría deducirse que la mitad de la población con un empleo o trabajo dijo haber hablado de asuntos políticos con sus compañeros durante las campañas de 2006. Finalmente, la encuesta revela que, si bien en un menor nivel, las pláticas con los vecinos no son del todo insignificantes. El 7 por ciento dijo haber hablado con frecuencia con sus vecinos acerca de las elecciones, mientras que 15 por ciento lo hizo algunas veces. En total, 22 por ciento de los entrevistados reportó haber entablado conversaciones con contenido político-electoral con sus vecinos.

Como hemos mencionado hasta ahora, la discusión sobre temas electorales y políticos suele ser más común entre los electores que sienten una fuerte afinidad con algún partido. Pero, ¿qué tanto varían estos niveles de discusión política según otras características de los electores? El estudio CNEP-III muestra que las conversaciones políticas con la familia suelen ser mucho más comunes en las localidades urbanas que en las rurales, pero las entabladas con los vecinos más o menos se sostienen al mismo nivel. En el caso de las pláticas con amigos y compañeros de trabajo también se observa una ligeramente mayor propensión en las zonas urbanas, aunque no de manera tan marcada como en el caso de las familias. Mientras que 23 por ciento de los electores urbanos reportó haber hablado con su familia acerca de las elecciones, 15 por ciento de los que residen en zonas rurales también lo hizo. Por lo general, los hombres suelen ser más propensos a sostener conversaciones políticas que las mujeres, aunque las diferencias más notables se ven en el caso de las realizadas con los amigos y los compañeros de trabajo, y no tanto en la familia o con los vecinos, en donde el porcentaje de mujeres que habla de política es casi el mismo que el de los hombres. La edad no produce diferencias muy significativas en los patrones de discusión política de las personas, pero, de manera general, los electores de mayor edad son más propensos a hacerlo que los más jóvenes. De nuevo hay que destacar que las diferencias no son muy marcadas.

El nivel de escolaridad es un factor determinante para que una persona establezca o no conversaciones de carácter político, particularmente en el hogar, con los compañeros de trabajo y, en menor medida, con los amigos, aunque esa variable no parece afectar mucho los patrones de charla política con los vecinos. En los tres primeros casos, entre mayor es el nivel de escolaridad de la persona, más alta es la probabilidad de que discuta sobre política. En el ambiente familiar, la proporción de entrevistados sin estudios que

reportó tener pláticas frecuentes sobre política era tan sólo 11 por ciento; esa cifra aumentaba a 18 por ciento entre los que habían terminado la primaria, hasta 26 por ciento entre quienes habían concluido la preparatoria, 28 por ciento entre quienes tenían estudios universitarios sin terminar, 41 por ciento entre quienes decían haber acabado la universidad, y 56 por ciento entre quienes reportaron tener estudios de posgrado. Esto quiere decir que una persona con posgrado era hasta tres veces más probable que tuviera conversaciones políticas en el hogar que una persona con la primaria terminada.

En resumen, los electores mexicanos obtienen buena parte de su información política por los medios de comunicación, sobre todo de la televisión. Sin embargo, las conversaciones con otras personas, principalmente con la familia, son una vía primordial para el flujo de la información política durante una campaña electoral. El hogar no sólo es un espacio en donde se puede dar un reforzamiento de las creencias y actitudes políticas de la persona, sino también un espacio en donde las conversaciones con temáticas políticas pueden tener el objetivo de persuadir, ya que los familiares no siempre comparten las mismas posturas u opiniones políticas. La campaña negativa, por ejemplo, es un fenómeno que tiene lugar cuando los miembros de la familia hablan mal de algún candidato, como fue el caso en 2006.

LA IMAGEN DE LOS CANDIDATOS

Hasta ahora hemos observado varios datos que nos describen algunos de los patrones de información política en el electorado mexicano. Pero, ante el flujo de la información durante una campaña electoral, ¿cómo cambian las percepciones de los electores hacia los candidatos presidenciales? En esta sección veremos algunos datos que nos permiten evaluar cómo se transforman las opiniones ciudadanas en torno a aquellos que compiten por el voto popular. Es difícil afirmar que todo cambio observado en dichas percepciones se debe al flujo de la información política vertida ya sea por los medios masivos o mediante las redes de interacción personal, pero sí es factible evaluar si la magnitud del cambio suele ser mayor entre quienes están expuestos a una mayor información o entre aquellos cuya información es más escasa.

Antes de observar los posibles efectos de la información política, veamos cómo cambiaron las opiniones acerca de los candidatos presidencia-

les a lo largo de las campañas. El cuadro 37 ofrece información relevante sobre este tema: las proporciones de opiniones favorables, desfavorables y neutrales, así como el nivel de desconocimiento de los tres principales candidatos entre enero y junio de 2006, según lo registrado por las encuestas nacionales preelectorales realizadas por el diario *Reforma*. Un primer efecto observado es que el nivel de conocimiento de los candidatos entre los electores aumenta conforme avanzan las campañas. El caso más notable en 2006 es el de Felipe Calderón, quien en enero de ese año era desconocido para el 28 por ciento de los encuestados, y hacia junio esa proporción había bajado a 13 por ciento, muy similar al nivel de desconocimiento que el electorado manifestaba con relación a Roberto Madrazo y López Obrador en ese mismo mes.

Cuadro 37
Opinión acerca de los candidatos presidenciales, enero a junio de 2006

	Enero %	Febrero %	Marzo %	Abril %	Mayo %	Junio %
<i>Felipe Calderón</i>						
Favorable	36	38	37	44	42	42
Neutral	22	27	25	23	24	24
Desfavorable	14	16	17	15	18	21
No lo conoce	28	19	21	18	16	13
<i>Roberto Madrazo</i>						
Favorable	25	28	25	28	27	29
Neutral	22	24	24	26	25	27
Desfavorable	34	33	34	32	34	31
No lo conoce	19	15	17	14	14	13
<i>Andrés Manuel López Obrador</i>						
Favorable	45	46	45	36	39	39
Neutral	22	23	21	22	21	22
Desfavorable	17	17	19	28	26	27
No lo conoce	16	14	15	14	14	12

Nota: el porcentaje de abril y junio son promedios de dos encuestas realizadas en cada mes. La opinión acerca de los candidatos se preguntó utilizando una escala de 0 (muy mala) a 10 (muy buena); las categorías se reagruparon en favorable (7-10), neutral (4-6) y desfavorable (0-3).

Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales 2006 (n=15,831).

Pero un mayor conocimiento de los candidatos como resultado de las campañas no es lo único que se observa en los datos del cuadro 37. Tam-

bién hubo una variación en las proporciones de opiniones favorables o desfavorables de ellos. Por ejemplo, el porcentaje de opiniones favorables acerca de Felipe Calderón aumentó de 36 en enero a 42 en junio, pero las opiniones desfavorables también crecieron, de 14 a 21 por ciento en ese mismo periodo. En balance, las opiniones acerca del candidato panista fueron más favorables que desfavorables. En el caso de Roberto Madrazo la experiencia fue al revés: las opiniones adversas excedían a las positivas, aunque a lo largo de la campaña éstas últimas aumentaron ligeramente, mientras que las primeras se redujeron. En el caso de López Obrador, las opiniones favorables disminuyeron de 45 a 39 por ciento, mientras que las desfavorables aumentaron de 17 a 27 por ciento. En balance, las opiniones favorables acerca del candidato perredista eran mayores que las desfavorables, pero su imagen positiva al inicio de las campañas sufrió un serio deterioro hacia finales del proceso.

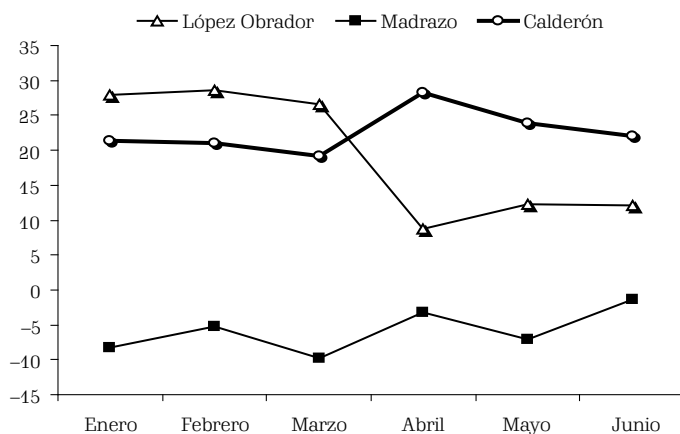
El cambio desfavorable en la imagen de López Obrador a lo largo de las campañas se puede apreciar claramente en la gráfica 18, en donde se presentan los porcentajes netos de opinión (porcentaje favorable menos porcentaje desfavorable) de cada uno de los tres principales candidatos presidenciales. Estos datos indican que la popularidad de López Obrador, inicialmente más alta que la de cualquier otro candidato, bajó entre marzo y abril. Luego de haberse mantenido en más de 25 por ciento, el porcentaje neto de opiniones favorables (al cual se le resta el porcentaje de opiniones desfavorables) cayó a poco más de 10 por ciento. Esta caída coincide con el episodio conocido como “cállate chachalaca”, en el que el candidato perredista llamó al presidente Fox a no seguir manifestándose en torno al proceso electoral (aunque esto no quiere decir que dicha caída se le atribuya enteramente a ese evento). El episodio de “cállate chachalaca” fue reproducido en anuncios publicitarios pagados por el PAN, en los que a López Obrador se mostraba como una persona autoritaria e intolerante. Es muy factible que su enfrentamiento verbal con el presidente Fox haya producido resultados negativos y, por supuesto, poco propicios, para el candidato perredista.

En el caso de las opiniones acerca de Felipe Calderón, se observan ciertas variaciones entre los meses de marzo a mayo, pero al final del proceso de campañas Calderón terminó con un porcentaje neto de popularidad (22 por ciento) similar al que tenía cuando éstas iniciaron (21 por ciento). Lo notable es que, si bien Calderón no ganó ni perdió popularidad neta, su posición relativa frente a su oponente principal mejoró considera-

blemente. Su posición era de desventaja frente a López Obrador entre enero y marzo, pero eso se revirtió en abril y permaneció así hasta junio, de manera que la ventaja en esa segunda mitad del periodo de campañas fue mayor que la desventaja de la primera mitad. Esta reversión de posiciones de los dos candidatos punteros en la opinión pública indica que Calderón realmente no mejoró su imagen de manera general, sino que la de López Obrador se deterioró de manera importante.

Gráfica 18

Opinión acerca de los candidatos presidenciales, enero a junio de 2006:
porcentaje neto (% de opiniones favorables menos % de opiniones desfavorables)



Nota: el porcentaje de abril y junio son promedios de dos encuestas realizadas cada mes.
Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales de 2006 (n=15,831).

Los cambios en las opiniones sobre los dos principales candidatos estuvieron moderadamente vinculados con el grado de seguimiento de noticias por parte de los electores. En el caso de Calderón, se registró un leve deterioro de tres puntos netos en su imagen entre el segmento que más seguía las noticias por los diversos medios analizados (televisión, radio, periódicos y pláticas con la gente), mientras que, por otro lado, mejoró cuatro puntos entre los menos informados. En contraste, el porcentaje neto de opiniones favorables de López Obrador disminuyó 17 puntos entre los más informados y 15 puntos entre los menos informados. Esto no permite deducir que una mayor exposición a la información política durante

la campaña haya jugado en contra del candidato perredista. Por lo menos no si se consideran las tendencias registradas por las encuestas transversales. No obstante, si se utilizan los datos registrados en el estudio panel de 2006, es posible ver que, a nivel individual, la mayor exposición a noticias televisivas sí estuvo vinculada con cierta pérdida de popularidad de López Obrador (Moreno y Martínez, 2006). Sin embargo, un indicador más comprensivo de la exposición a noticias por varios medios indica que los efectos del flujo de información fueron más o menos parejos entre los electores más enterados y los menos enterados.

PERCEPCIONES DE CAMPAÑA NEGATIVA

Si la cantidad de información fue poco relevante, como se concluyó al final de la sección previa, ¿entonces qué explica el deterioro de la imagen de López Obrador a lo largo de la campaña? Una posible respuesta se puede encontrar en el tono de la información, en particular en los contenidos negativos de las campañas. Anteriormente se mencionó que en el entorno familiar las charlas sobre las campañas y los candidatos registraban un mayor grado de negatividad en torno a López Obrador. De los entrevistados en la encuesta CNEP-III de julio, 43 por ciento comentó que López Obrador era el candidato del cual se hablaba más desfavorablemente en su familia (comparado con 19 por ciento que señaló a Felipe Calderón como el candidato menos apreciado en el entorno familiar). Los datos mostrados en el cuadro 38, también derivados de la misma encuesta ofrecen información similar a esa pero en relación con los medios de comunicación masiva y con las propias estrategias percibidas en los candidatos presidenciales.

Unos días antes de la elección, López Obrador era señalado como el candidato presidencial del que se hablaba más desfavorablemente en los medios de comunicación. En contraste, 16 por ciento señalaba a Roberto Madrazo y solamente 12 por ciento a Felipe Calderón. Esta percepción tan sólo se acentuó después de los comicios, durante el conflicto poselectoral. En julio, el porcentaje que percibía a López Obrador como el candidato al que los medios se referían más desfavorablemente había aumentado a 52 por ciento, mientras que los porcentajes que señalaban a los otros dos candidatos principales se habían reducido ligeramente, a 13, en el caso de Madrazo y a 10 en el de Calderón.

Cuadro 38
Percepción sobre las campañas negativas, 2006

	<i>Antes del 2 de julio %</i>	<i>Después del 2 de julio %</i>
<i>Con base en lo que usted siguió en los medios, ¿de cuál candidato se hablaba más desfavorablemente?</i>		
Andrés Manuel López Obrador	44	52
Roberto Madrazo	16	13
Felipe Calderón	12	10
Otro	2	1
Ninguno	9	11
No sabe	17	13
<i>¿A cuál de los candidatos vio usted más agresivo, quién criticaba más a sus oponentes?</i>		
Andrés Manuel López Obrador	38	—
Roberto Madrazo	14	—
Felipe Calderón	28	—
Otro	2	—
Ninguno	4	—
No sabe	14	—
<i>¿Durante las campañas cuál candidato fue el más criticado o atacado?</i>		
Andrés Manuel López Obrador	58	—
Roberto Madrazo	8	—
Felipe Calderón	19	—
Otro	1	—
Ninguno	3	—
No sabe	11	—

Fuente: CNEP-III México 2006, rondas pre y poselectorales, junio (n = 2,014) y julio (n = 2,400).

¿Reflejan estos datos una tendencia de los medios a presentar desfavorablemente la información relativa a López Obrador o los electores, en sus percepciones, también atribuían parte de la responsabilidad al candidato perredista? Según los datos de la encuesta CNEP-III, 38 por ciento de los electores afirmó que López Obrador era el candidato más agresivo y que más atacaba a sus oponentes, mientras que Calderón era percibido así por 28 por ciento. Buen parte de estas percepciones tiene una base partidista. Por ejemplo, 68 por ciento de los panistas duros afirmó que López Obrador era el candidato más agresivo, mientras que 62 por ciento de los

perredistas duros señalaban a Calderón. Quitando el componente partidista, es decir, enfocándonos únicamente al electorado independiente, López Obrador era señalado como el más agresivo por 36 por ciento, mientras que a Calderón lo mencionó 26 por ciento.

Si bien López Obrador era visto como el más agresivo por una pluralidad de electores (38 por ciento), por otro lado, una mayoría (58 por ciento) lo veía como el candidato más criticado o atacado. En contraste, 19 por ciento afirmó que Calderón era el principal blanco de los ataques, mientras que solamente 8 por ciento se refirió a Madrazo como tal. En este sentido, y con un lenguaje figurativo, a López Obrador se le percibía como el candidato más “golpeador”, pero también, y en mayor proporción, como el más “golpeado”. La constante referencia del mismo candidato del PRD a que no le habían “quitado una pluma a su gallo” muy probablemente subestimaba las crecientes percepciones ciudadanas de que era el candidato más negativo desde ambos lados de la moneda: el más agresivo y el más atacado. En 2000, Fox era visto como el que más atacaba a sus oponentes, particularmente al del PRI, pero no necesariamente se le veía como el candidato más atacado.

Las percepciones de agresividad son en gran medida partidarias (los priístas de 2000, por ejemplo, señalaban a Fox como el candidato más agresivo, mientras que en 2006 los panistas decían lo mismo de López Obrador y los perredistas de Calderón), lo cual significa que la negatividad percibida es en gran medida un producto de la atención selectiva de los electores (Méndez, 2003; Moreno, 2004a). Sin embargo, las percepciones acerca de quién es el blanco de los ataques no necesariamente muestran ese patrón partidario. En 2006, la gran mayoría de los perredistas (86 por ciento de los duros y 76 por ciento de los blandos) veían a su candidato como el principal blanco de los ataques de otros candidatos. Curiosamente, por lo menos la mitad de los priístas (51 por ciento) y de los panistas (52 por ciento), además del 56 por ciento de los independientes, también lo consideraban así.

El grado de agresividad percibida en López Obrador no siempre fue tan alto como lo indican los datos recopilados hacia finales de la campaña por el estudio CNEP-III. Los resultados de las encuestas preelectorales realizadas desde marzo, en las etapas tempranas de las campañas, revelan que la agresividad percibida de López Obrador y, en menor medida, la de Felipe Calderón, fue en ascenso, mientras que la de Roberto Madrazo fue disminuyendo. Los datos mostrados en el cuadro 39 así lo indican. Madrazo era el candidato que se percibía como el más agresivo en marzo de 2006, con

40 por ciento, muy por arriba de los otros dos candidatos principales. Sin embargo, la proporción de electores que percibía al priísta como el más agresivo disminuyó paulatinamente, a 34 por ciento en abril, a 28 por ciento en mayo y hasta 16 por ciento en junio. En esos momentos previos a la elección presidencial, Madrazo ya no sólo era el candidato en el tercer sitio de las preferencias de los electores, sino también el tercero en agresividad percibida. Por otra parte, el porcentaje de electores que percibía a Felipe Calderón como el más agresivo había subido de 9 a 23 entre marzo y junio, mientras que el porcentaje que señalaba a López Obrador como el candidato más agresivo también había aumentado significativamente en ese mismo periodo, de 22 a 39. Esta última proporción coincide con el 38 por ciento registrado por la encuesta CNEP-III en junio de 2006. Hay que remarcar, sin embargo, que el aumento más notable en la agresividad percibida de López Obrador se registró entre marzo y abril, de 22 a 33 por ciento, reflejando de nuevo el posible efecto del episodio “cállate chachalaca”.

Cuadro 39
Percepciones negativas sobre los candidatos presidenciales, 2006

	Marzo %	Abril %	Mayo %	Junio %
<i>¿Quién ha sido el candidato más agresivo?</i>				
Felipe Calderón	9	12	14	23
Roberto Madrazo	40	34	28	16
Andrés Manuel López Obrador	22	33	35	39

Nota: el porcentaje de junio es el promedio de dos encuestas.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales de abril, mayo y junio 2006 (n=40,499, en promedio 2,100 por encuesta).

LA PUBLICIDAD POLÍTICA

Hasta ahora hemos abordado el tema del flujo de información política por los medios de comunicación masiva, así como por las redes de interacción personal de los electores mexicanos. Sin embargo, en 2000 y en 2006 gran parte de los esfuerzos y de los recursos de los candidatos presidenciales y de sus partidos se canalizaron mediante la publicidad política.

En 2000, la publicidad pagada en medios electrónicos tuvo ciertos patrones observables que se discutieron en la primera edición de este libro,

con base en un monitoreo de radio y televisión realizado por el diario *Reforma*. Según ese seguimiento, la campaña del priísta Francisco Labastida representó 50 por ciento de tiempo total de anuncios en televisión de los tres candidatos principales en los canales 2 y 13, dentro de los horarios estelares que cubrió el ejercicio. Cárdenas le siguió con 29 por ciento y Fox fue tercero, con 21 por ciento. Sin embargo, la publicidad de Fox en radio representó 50 por ciento del tiempo, frente a 41 por ciento de Labastida y solamente 9 por ciento de Cárdenas. La publicidad de Fox y de Labastida tendió a intensificarse de manera general hacia el final de las campañas, aunque en ambos casos hubo momentos en que la propaganda mostró picos bastante abruptos. En particular después del “martes negro”, ocurrido el 23 de mayo, cuando Fox fue originalmente mostrado como necio por su frase “hoy, hoy, hoy”, la campaña del PRI arreció en tiempos y en tonos.

La negatividad de los mensajes publicitarios fue notable. Tras haber sido predominantemente positiva durante la primera mitad de las campañas, los mensajes del candidato del PRI se volvieron sendos ataques al candidato panista. Sin embargo, aunque en cuestión de tiempos la campaña negativa de este partido superó a la de Fox, en proporción, los ataques de Fox fueron más comunes que los de Labastida. Tanto en marzo como en mayo, nueve de cada diez segundos de publicidad patrocinada por la campaña de Fox era de tono negativo y en ellos se criticaba principalmente al régimen priísta y a su candidato a la presidencia (ver Moreno, 2004a). En contraste, la proporción más negativa de los anuncios de Labastida significó 60 por ciento en los días inmediatamente posteriores al “martes negro”.

Lo abierto e insistente de los comerciales y mensajes negativos en 2000, que no se habían visto con la misma magnitud en una campaña presidencial en México, dejaron una impresión claramente marcada en las percepciones de los electores. De acuerdo con los resultados de las encuestas preelectorales de *Reforma*, hacia junio de ese año el porcentaje de encuestados que pensaban que los candidatos se estaban dedicando principalmente a criticar a sus adversarios era más alto que el porcentaje que los percibía haciendo propuestas de gobierno. En los casos de Labastida y Cárdenas, las percepciones de negatividad alcanzaron 47 por ciento, mientras que en el caso de Fox llegaron hasta 62 por ciento. La campaña del panista atacó a los otros candidatos y a sus partidos de manera sistemática, principalmente al PRI, y el electorado lo percibió con mucha claridad.

Un análisis sobre los efectos de las campañas negativas en el 2000, con base en la encuesta nacional tipo panel realizada en ese año, encontró que

aquéllas tuvieron distintos grados de influencia en algunos grupos de electores: los mensajes negativos patrocinados por Fox dañaron la imagen de Labastida, pero no la propia, provocando que el candidato del PRI perdiera algunos electores que le habían otorgado su apoyo en los inicios de la contienda; por su parte, los mensajes negativos patrocinados por el PRI no dañaron la imagen de Fox, sino que tuvieron un efecto tipo “boomerang”, al dañar la imagen del propio Labastida entre algunos partidarios del PRI, muchos de los cuales decidieron darle la espalada a su candidato, principalmente por la vía de la abstención (Moreno, 2004a).

En 2006, el nivel de exposición a la publicidad de Felipe Calderón fue al alza. Según los datos mostrados en el cuadro 40, la cifra de entrevistados que señalaba al candidato panista como aquél del cual habían visto u oído más publicidad aumentó de 24 a 28 por ciento entre abril y mayo, y finalmente a 32 por ciento en junio. En el caso de López Obrador también se dio un leve aumento, de 20 a 24 por ciento entre abril y mayo, y hasta 26 por ciento en junio. En contraste, la exposición a la publicidad del priísta Roberto Madrazo fue disminuyendo, de 39 a 32 por ciento entre abril y mayo, para llegar a su mínimo nivel de 22 por ciento en junio. Esto significa que, hacia finales de la campaña, la proporción más nutrida de electores afirmaba haber estado más expuesta a la publicidad del candidato del PAN que a la de los otros candidatos presidenciales.

Cuadro 40
Exposición a la publicidad y percepción de las campañas
de los candidatos presidenciales, 2006

	<i>Abril</i> %	<i>Mayo</i> %	<i>Junio</i> %
<i>¿De quién ha visto u oído más publicidad en televisión y radio?</i>			
Felipe Calderón	24	28	32
Roberto Madrazo	39	32	22
Andrés Manuel López Obrador	20	24	26
<i>¿Quién ha hecho una mejor campaña?</i>			
Felipe Calderón	24	26	25
Roberto Madrazo	17	13	18
Andrés Manuel López Obrador	23	23	24

Nota: el porcentaje de abril y junio es el promedio de dos encuestas (salvo en la primera pregunta, que sólo se hizo una vez en abril).

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales de abril, mayo y junio 2006 (n = 10,499, en promedio 2,100 por encuesta).

Pero, ¿realmente Calderón fue quien más publicidad tuvo en 2006? De acuerdo con los datos del monitoreo del IFE (2006a), ese no fue el caso en televisión. Dicho instituto registró 275,000 segundos en total correspondientes a los promocionales panistas, de un total de 900,000 segundos registrados para todos los candidatos entre el 19 de enero y el 28 de junio (30.4 por ciento). Por su parte, los segundos registrados para la coalición PRI-PVEM representaron 30.5 por ciento y los de la Coalición por el Bien de Todos, liderada por el PRD, tuvo 35.3 por ciento. De esta forma, el monitoreo del IFE arrojó que el candidato con mayor publicidad pagada en televisión fue López Obrador. En el caso de la radio, el PAN sí tuvo una mayor proporción de publicidad pagada que las otras agrupaciones políticas, con 39.6 por ciento de los 4.8 millones de segundos registrados durante el mismo lapso. El PRI tuvo 31.9 por ciento del tiempo pagado en radio y la Coalición por el Bien de Todos, 25.6 por ciento.

Independientemente del tiempo que sus promocionales estuvieron al aire, Calderón y López Obrador disputaban palmo a palmo la percepción de que sus respectivas campañas eran las mejores. De acuerdo con los datos mostrados en la parte inferior del cuadro 40, en junio de 2006, 25 por ciento de los entrevistados decía que el panista tenía la mejor campaña, mientras que 24 por ciento opinaba lo mismo acerca de la del candidato perredista. Solamente 18 por ciento señalaba los esfuerzos de campaña de Madrazo como los mejores de la temporada electoral.

LOS DEBATES

Los debates presidenciales suelen ser momentos climáticos de los procesos de campañas políticas, pero sus efectos en las preferencias electorales no fueron particularmente notables en las elecciones de 2000 y 2006. Acaso su influencia se ha magnificado por la experiencia de 1994, cuando por primera vez en la política mexicana se llevó a cabo un debate presidencial televisado. En esa ocasión se señaló al panista Diego Fernández de Cevallos como el ganador del debate y las encuestas registraron un aumento en las intenciones de voto a su favor. Sin embargo, ni los debates de 2000 ni los de 2006 tuvieron un efecto similar. Esos encuentros, que se espera sean un momento definitorio para aquellos electores que no han tomado una decisión acerca de por quién votar, suelen ser más vistos por los electores partidistas; por lo tanto, sus efectos suelen reforzar las preferencias preestablecidas más que cambiarlas.

En 2006 hubo dos debates, en el primero, realizado el 25 de abril, no participó el candidato del PRD, pero en el segundo, que tuvo lugar el 6 de junio, sí estuvieron presentes los cinco candidatos registrados ante el IFE, incluido López Obrador. De acuerdo con la encuesta CNEP-III, en su ronda preelectoral, y cuyos datos a este respecto se muestran en la gráfica 19, 19 por ciento de los encuestados en escala nacional dijo haber visto ambos debates, 16 por ciento sólo vio el segundo y 9 por ciento vio el primero (cuando estuvo ausente el candidato perredista). El 1 por ciento reporta haber visto alguno de los dos debates, pero no recordaba cuál de los dos. Por otra parte, 43 por ciento explícitamente afirmó no haber visto ninguno de los debates y 12 por ciento dijo no saber nada al respecto. Si este último segmento realmente se puede clasificar dentro de la categoría que no vio los debates, la proporción total que no los vio sería de 55 por ciento, es decir, una mayoría de electores.

Gráfica 19
Exposición a los debates presidenciales, 2006



Fuente: CNEP-III México 2006, ronda preelectoral, junio (n = 2,014).

¿Quiénes suelen ver los debates presidenciales? De acuerdo con la misma encuesta, en 2006 fueron más vistos por el electorado urbano (48 por

ciento) que por el rural (38 por ciento), por los hombres (52 por ciento), más que por las mujeres (39 por ciento), por los electores que se dicen muy interesados en las campañas (66 por ciento), más que por los algo interesados (53 por ciento), los poco interesados (39 por ciento) o los nada interesados (27 por ciento). Además del interés en las campañas, la escolaridad también es un factor determinante de quién ve y quien no ve los debates presidenciales. Entre los segmentos de escolaridad nula o hasta primaria, la proporción de quienes reportaron haber visto alguno de los debates fueron 20 y 35 por ciento, respectivamente, mientras que entre los electores con estudios de secundaria o preparatoria fue de entre 43 y 54 por ciento. Entre los electores con estudios universitarios o de posgrado, el porcentaje que reportó haber visto alguno de los debates fue de 66 por ciento.

Como sería de esperarse, el partidismo también está vinculado con la atención a estos eventos políticos. En general, los partidistas suelen ver los debates en mayor medida que los independientes. Con la excepción de los priístas blandos, cuya proporción fue de 40 por ciento, el resto de los partidistas reportó en más de 50 por ciento haber visto los debates, incluyendo la cifra más alta de 55 por ciento entre los perredistas duros. En contraste, los independientes reportaron haber visto los debates (o alguno de ellos) en 42 por ciento y los apolíticos en 38 por ciento. Por otro lado, 48 por ciento de los electores que dijo ya haber tomado una decisión de voto también reportó haber visto por lo menos uno de los debates presidenciales, mientras que esa proporción era de 33 por ciento entre los llamados indecisos (quienes no habían definido su voto) y de 21 por ciento entre quienes ya habían decidido no votar en la elección.

Parte de la fascinación de quienes se interesan por los debates es presenciar el desempeño de los candidatos y, de acuerdo con una costumbre cada vez más arraigada en México, definir a un ganador. La creencia es que el ganador de un debate presidencial suele pasar por un momento favorable en los días inmediatamente posteriores, en la medida en que tanto los medios de comunicación como las conversaciones personales difunden la "hazaña". De acuerdo con los datos presentados en el cuadro 41, Felipe Calderón fue señalado como el ganador del primer debate, con 42 por ciento, seguido por Madrazo con 18 por ciento y en tercer lugar Patricia Mercado, con 15 por ciento. Resulta claro que esta percepción acerca de la candidata de Alternativa de ninguna manera se convirtió en un apoyo real en las urnas, aunque ciertamente el debate le dio una mayor proyección en escala nacional. Por otra parte, 5 por ciento de los entrevis-

tados dijo que López Obrador había sido el ganador, aun cuando el perredista no participó en dicho debate. Esto puede deberse a dos cosas: 1) a que las percepciones acerca de quién resulto ganador en un debate suelen ser reflejos del partidismo, y 2) a que la encuesta CNEP-III se realizó varias semanas después de los debates, ocasionando posibles olvidos y hasta confusiones de algunos encuestados acerca de a cuál de los dos debates se hacía referencia en la pregunta.

Cuadro 41
Percepción de los candidatos en los debates presidenciales, 2006

	<i>¿Cuál candidato le pareció mejor?</i>	
	<i>Primer debate</i> %	<i>Segundo debate</i> %
Felipe Calderón	42	30
Roberto Madrazo	18	17
Andrés Manuel López Obrador	5	31
Patricia Mercado	15	8
Roberto Campa	2	1
Ninguno	16	12
No sabe	2	1

Nota: López Obrador no participó en el primer debate.

Fuente: CNEP-III México 2006, rondas pre-electoral, junio (n = 2,014). La pregunta se aplicó solamente a quienes vieron el (los) debate(s).

Con respecto al efecto del partidismo en la definición del ganador de un debate, 80 y 74 por ciento de los panistas duros y blandos, respectivamente, señalaron al candidato del PAN como el vencedor del primer debate, mientras que el 85 y 73 por ciento también lo señalaron como el ganador del segundo. En contraste, 83 y 67 por ciento de los perredistas duros y blandos, respectivamente, afirmaron que López Obrador había ganado el segundo debate (en el primero, en ausencia de su candidato, los perredistas tendieron a favorecer a Patricia Mercado, pero la mayor proporción dijo que no había ganado ninguno de los candidatos). La proyección del partidismo en la definición del ganador queda clara con estos datos. Sin embargo, al quitar el efecto partidario las respuestas de los independientes suelen ser bastante reveladoras acerca de quién tuvo el mejor desempeño percibido. En el caso del primer debate, los independientes alzaron la ma-

no a Calderón (con 40 por ciento), pero en el segundo debate dividieron sus opiniones en partes iguales a favor del panista y del perredista (26 por ciento cada uno, además de haber otorgado 15 por ciento a Madrazo y 13 por ciento a Patricia Mercado).

Ahora, con respecto al posible efecto “olvido” que pudiera estar presente en la encuesta CNEP-III, veamos algunos de los hallazgos derivados de las encuestas realizadas por el diario *Reforma* el mismo día en que se llevaron a cabo los debates presidenciales. Ambos fueron ejercicios telefónicos en escala nivel nacional, pero tienen la ventaja de que se hicieron inmediatamente después de esos eventos político-mediáticos a electores que dijeron haberlos visto u oído. En la encuesta realizada inmediatamente después de que terminó el debate del 25 de abril, 43 por ciento de los consultados dijo que el ganador había sido Felipe Calderón, mientras que en segundo lugar aparecía Roberto Madrazo, con 17 por ciento y en tercero Patricia Mercado con 14 por ciento. Si se comparan estos datos con los que arrojó el estudio CNEP-III casi dos meses después, y mostrados en el cuadro 41, la similitud es impresionante.

En el caso del debate del 6 de junio, Calderón también fue señalado como ganador, con 44 por ciento de las menciones, seguido por López Obrador, con 30 por ciento, y en tercer lugar Roberto Madrazo, con 11 por ciento. La similitud con la encuesta CNEP-III ya no es tanta, aunque ciertamente se señaló a los dos candidatos punteros como los principales protagonistas. Dos posibles explicaciones acerca de esta discrepancia son: 1) que más panistas hayan visto el segundo debate que perredistas, y 2) que la muestra telefónica haya captado una distribución de preferencias más favorable al candidato del PAN. Esto segundo es poco probable, dado que las diferencias en el nivel socioeconómico entre el votante calderonista y el lopezobradorista no eran tan marcadas. Una manera de cotejar esto es mediante la encuesta nacional realizada por *Reforma* cara a cara en vivienda luego del debate del 6 de junio. De acuerdo con aquella, 25 por ciento de los encuestados señaló a Felipe Calderón como el ganador del segundo debate, mientras que 15 por ciento dijo que López Obrador. Si se recalculan estas proporciones sin tomar en cuenta al 37 por ciento que manifestó no haber visto el segundo debate, los porcentajes serían 40 por ciento a favor de Calderón y 24 por ciento de López Obrador.

En cuanto al primer punto, la distribución de votantes por cada candidato presidencial reflejaba, precisamente, el dictamen acerca de quién fue el ganador: 44 por ciento de los encuestados que vio el debate dijo en la

encuesta telefónica que tenía la intención de votar por Calderón, frente al 31 por ciento que dijo que lo haría por López Obrador. En el caso de la encuesta nacional domiciliaria, sin embargo, las intenciones de voto eran 37 por ciento a favor de López Obrador y 35 por ciento a favor de Calderón entre el total de los entrevistados, y de proporciones similares de 38 y 37 por ciento entre los que dijeron haber visto el segundo debate. Así pues, el posible sesgo telefónico de la encuesta posdebate no parece explicar la discrepancia. Por el contrario, la encuesta domiciliaria de junio parece confirmar que, si bien las preferencias electorales por los punteros eran casi las mismas, a Calderón se le señaló como ganador del segundo debate en una mayor proporción. Las respuestas registradas a este respecto en la encuesta CNEP-III, y mostradas en el cuadro 41, parecen reflejar el final de la campaña hacia un cerrado escenario electoral.

Habiendo quedado expuestos a toda esa información política por las diversas vías aquí señaladas, ¿cómo decidieron los electores su voto? ¿Qué factores lo influenciaron más? ¿Fue el voto un reflejo de las predisposiciones partidarias de largo plazo del electorado o una reacción a los eventos y la información vertida durante las campañas? Estas son algunas de las preguntas que guían la discusión del siguiente capítulo.

La decisión de voto

Cuando en México se hace referencia a una elección, suele pensarse en los grandes eventos organizados por una autoridad electoral, con una jornada en la que un buen número de personas asisten a su casilla correspondiente para emitir su sufragio, y que, además, es precedida por un periodo de campañas electorales en el que la información acerca de los partidos y sus candidatos es inusualmente intensa. Además del significado que se asocia con estos macrosucesos políticos, una *elección* también es un acto individual. El votante *elige* alguna de las opciones políticas que se le presentan en los comicios. Y, dado que “el voto es claramente una elección” (Evans, 2004: 3), los estudios electorales que se enfocan en el votante individual han ofrecido varias explicaciones acerca de qué tipo de elección es y qué la influye. Puede tratarse de una elección que refleja una predisposición política o una identidad social desarrollada de mucho tiempo atrás, o puede ser también una elección que refleja algún razonamiento o una decisión tomada durante el curso de las campañas o, incluso, el mismo día de los comicios. La diferencia que se hizo en el capítulo I entre los factores de largo plazo que afectan la decisión individual de voto –tales como el partidismo, las orientaciones ideológicas y los rasgos sociales que los subyacen– y los factores de corto plazo –tales como la información de las campañas, los temas de discusión y las evaluaciones que los electores suelen hacer acerca del estado de la economía o del desempeño del gobierno– son un buen ejemplo de todo lo que precede y explica esa elección que denominamos *voto*.

El voto puede ser, entonces, “la afirmación de una identidad o, a la inversa, el cálculo concreto de un beneficio material” (Evans, 2004: 3). Las diferentes teorías que se revisaron al inicio de este libro nos permiten establecer los factores que influyen en el voto. Visto de una manera

simple, el voto es una acción que requiere tan sólo unos cuantos segundos cada cierto número de años. Estrictamente, en nuestro país el voto no es otra cosa sino el acto de cruzar una boleta electoral, o su equivalente, y depositarla en una urna. En la práctica, el voto puede, por supuesto, implicar mucho más que eso: las acciones y los costos relacionados con acudir a una casilla o centro de votación, así como la recopilación de la información suficiente para fundamentarla. Incluso también podrían añadir el funcionamiento institucional para que, efectivamente, el voto se haga válido. La infraestructura en torno al “simple” acto de votar puede ser enorme.

En la teoría, el voto es aún más significativo que eso. Es un poderoso símbolo del quehacer democrático, no sólo porque implica la participación incluyente de todos los ciudadanos, sino también porque en éste recae la decisión de quién gobierna. Para unos, el voto es la base de la legitimidad del gobierno del *demos*. Para otros es el triunfo histórico de las luchas por la igualdad política y los derechos civiles. Para otros más es “el pináculo de poder en las sociedades democráticas” (Evans, 2004: 3). Como puede deducirse de estas afirmaciones, la ciencia política, además de tratar de explicar el voto en sus facetas empíricas y positivas, también atribuye una serie de virtudes y responsabilidades que reflejan varias facetas normativas. El voto subyace a las definiciones más minimalistas de la democracia, entendida como la competencia por el apoyo popular mediante elecciones incluyentes, libres y equitativas (Schumpeter, 1942/1976; Lipset y Lakin, 2004). Esto presupone los principios básicos de la democracia: la participación incluyente y la competencia por el poder por medio de elecciones (Dahl, 1971). En este mismo tenor normativo, también se ha hecho notar “el reclamo de las democracias a tener gobiernos en los que la gente participe en las decisiones de política pública, [y] la gente participa principalmente eligiendo a los tomadores de decisiones de políticas públicas a través de elecciones competitivas” (Powell, 2000: 3). Si el voto es fundamental en la democracia, el votante es, entonces, uno de sus principales actores. La democracia implica la competencia de opciones que buscan gobernar, pero también la elección entre ellas. Y dicha elección recae en el votante.

En este libro nos hemos ocupado precisamente del votante como un protagonista central de la democracia mexicana, tanto en su faceta individual como colectiva. En este capítulo el análisis se enfoca, precisamente, al voto y a sus determinantes en escala individual. Dichos determinantes sue-

len diferenciarse entre los que reflejan rasgos o características de largo plazo y los que suelen denominarse de corto plazo (Miller y Shanks, 1996).

Por un lado, hay una fuerza de largo plazo en la forma de adhesiones partidarias duraderas, cuya distribución [...] rige lo que uno esperaría que fuese la distribución normal de votos en una elección cualquiera (Converse, 1966). Por otro lado, también hay fuerzas de corto plazo. Éstas también mueven al electorado y operan para prevenir que los resultados electorales sean meramente un reflejo de la distribución momentánea de las adhesiones partidarias de largo plazo, al afectar la participación y atraer a los identificados con algún partido hacia los candidatos de otro partido. Las dos fuerzas de corto plazo más poderosas son las condiciones sobre las que emergen los temas (*issues*) que agitan a los votantes y el carácter de los candidatos contendientes (Pierce, 1995: 31).

En el análisis que se desarrolla en este capítulo se utilizan los datos de encuestas para determinar el peso que las variables de cada tipo (de largo o de corto plazos) tuvieron en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Además de analizar el voto para presidente, también se desarrolla un análisis similar en torno al voto para diputados federales en esos mismos años.

Según las encuestas realizadas por el diario *Reforma* a la salida de las casillas en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, la mayoría de los votantes ha tomado su decisión de voto con mucha anticipación; otros tantos se esperan lo más posible durante el periodo de campañas y unos pocos (proporcionalmente hablando) se deciden el mismo día de los comicios. En 2000, por ejemplo, 66 por ciento de los mexicanos que asistieron a las urnas dijo haber decidido su voto antes de los últimos tres meses de campañas, 27 por ciento lo hizo durante los últimos tres meses previos a la elección y 6 por ciento se decidió el mismo día que fue a votar. Esta última proporción, que anteriormente se describió como “unos pocos”, equivale a 2.2 millones de votantes en ese año, calculados con base en el total de votos válidos emitidos. Si consideramos que la diferencia de votos entre Fox y Labastida fue ligeramente mayor a eso, el voto que se decidió de último momento no necesariamente fue decisivo. Además, las proporciones de preferencias entre quienes decidieron al final fueron muy similares a quienes lo hicieron más tempranamente. Las proporciones mencionadas se pueden apreciar en el cuadro 42.

En la elección de 2006 la proporción de votantes que decidieron su voto con anticipación, es decir, antes de los últimos tres meses de campañas, siguió siendo mayoritario pero disminuyó a 57 por ciento, mientras

que los que decidieron hacia el final de las campañas o el mismo día de la elección, aumentaron en proporción a 35 y 8 por ciento, respectivamente. Este es un indicador de que, comparado con el 2000, en 2006 hubo más votantes que decidieron su voto en una fecha más cercana a la elección o el mismo día de la jornada electoral. ¿Significa esto también que hubo una mayor proporción de votantes que respondieron a factores de corto plazo? Probablemente sí. Pero no sólo eso. Los casi 3.3 millones de votantes que decidieron su voto el mismo día de la elección en 2006 representan un número 14 veces mayor que la diferencia de votos que hubo entre el primero y segundo lugar en la contienda presidencial.

Cuadro 42
Momento en que los votantes tomaron su decisión
de voto para las elecciones de 2000 y 2006

	2000 %	2006 %
<i>¿Usted cuándo decidió por quién votar para Presidente?</i>		
Hoy (el mismo día de la elección)	6	8
En la última semana	5	10
En el último mes	8	11
En los últimos tres meses	14	14
Desde antes	66	57
No sabe	1	1

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006.

¿Qué pasó por la mente de esos votantes que se decidieron de último minuto por quién votar? ¿Los votos que se decidieron de último minuto fueron distintos de los que se decidieron con una mayor anticipación, en el sentido de que arrojaron un resultado diferente? De hecho, sí. Los votos de último minuto o que se decidieron en las etapas finales de la campaña fueron menos favorables para López Obrador que los que se decidieron con mayor anticipación. Por ejemplo, de quienes decidieron su voto el mismo día de la elección, 36 por ciento apoyó a Calderón, 29 por ciento a López Obrador y 26 por ciento a Madrazo. Sin haber ganado votos adicionales, Calderón terminó cuatro puntos por arriba de López Obrador. Pero esos porcentajes dejan un 8 por ciento no emitido a favor de los tres principales candidatos. Patricia Mercado, candidata de Alternativa, captó 6 por ciento y los otros dos

puntos se emitieron a favor de Roberto Campa. Así, el voto por la candidata de Alternativa fue, en gran parte, de último minuto.

¿Significa eso un rechazo a las tres principales opciones políticas, es decir, que ninguna haya terminado por convencer a esos votantes que llegaron indecisos al día de la elección? Probablemente sí. Se trata de electores motivados a votar pero que según parece no deseaban hacerlo por ninguna de las tres opciones principales y que, a pesar de su animadversión hacia éstas, acudieron a las urnas. No obstante, Calderón también se benefició de buena parte de los sufragios que se decidieron hacia el cierre de la campaña. Entre los que dijeron haberlo hecho en la última semana previa a la elección, 41 por ciento optó por el candidato panista, mientras que 25 por ciento por López Obrador y 26 por ciento por Roberto Madrazo. De acuerdo con estos datos, la semana previa a la elección no fue favorable para el candidato perredista. Es probable que esa última semana le haya costado, incluso, la elección a quien había tenido un mejor desempeño semanas antes, a juzgar por los resultados de las encuestas, y cuyo voto principal se había gestado con mayor anticipación. Por ejemplo, tal como se muestra en el cuadro 43, las proporciones de votos para los tres candidatos principales que se dieron entre los votantes que habían decidido su preferencia antes de los tres últimos meses de campaña fueron los siguientes: 39 por ciento sufragó a favor de López Obrador, 36 por ciento de Calderón y 23 por ciento de Madrazo.

Cuadro 43
Cómo votaron según el momento en que tomaron su decisión
de voto para las elecciones de 2000 y 2006

	2000			2006		
	Cárdenas %	Fox %	Labastida %	López Obrador %	Calderón %	Madrazo %
<i>¿Usted cuándo decidió por quién votar para Presidente?</i>						
Hoy (el mismo día de la elección)	18	43	36	29	36	26
En la última semana	15	44	35	25	41	26
En el último mes	16	44	34	29	39	23
En los últimos tres meses	15	53	27	38	43	14
Desde antes	17	42	39	39	36	23

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377) y 2006 (5,815).

¿Cuáles son los factores que afectaron las decisiones de voto de los mexicanos en ambas elecciones? ¿Qué elementos importaron en una elección pero en otra no y por qué? ¿Qué patrones de continuidad o cambio se observan en el voto para Presidente? ¿Realmente la elección de 2006 estuvo mayormente influida por factores de corto plazo en comparación con la de 2000? ¿Significaría eso un debilitamiento de los factores de largo plazo?

En este capítulo se intenta dar respuesta a estas y a otras preguntas relacionadas. El objetivo primordial no sólo es determinar cuáles fueron los principales factores individuales que influyeron en el voto en 2000 y 2006 y cómo cambió su peso relativo de una elección a otra, sino también diferenciar entre los factores de largo y corto plazos que las teorías del voto esperan que afecten la decisión de los votantes. Como se mencionó en el capítulo I, las teorías clásicas del voto han ofrecido explicaciones sociológicas del apoyo electoral (Lazarsfeld *et al.*, 1944; Berelson *et al.*, 1954; Lipset, 1959/1981; Lipset y Rokkan, 1967), así como explicaciones sociopsicológicas del comportamiento político (Campbell *et al.*, 1960) y fundamentos racionales de la elección individual (Downs, 1957; Fiorina, 1981). La adecuación de estas perspectivas ha dado como resultado una literatura sobre el voto en México enfocada a entender ese fenómeno como una decisión individual (Ames, 1970; Magaloni, 1994, 1996, 1997, 1999, 2000, 2006; Domínguez y McCann, 1995, 1996; Moreno y Yanner, 1995; Moreno, 1996a, 1999b, 2003, 2004a, 2006a, 2007a; Buendía, 1997, 2000; Domínguez y Poiré, 1999; Poiré, 1999, 2000a; Morgenstern y Zechmeister, 2001; Magaloni y Moreno, 2003; Domínguez y Lawson, 2004; Moreno y Méndez, 2007; Lawson y Moreno, 2007; Klesner, 2007a, 2007b; Beltrán, 2007a, 2007b; Greene, 2007a, 2007b).

El análisis de la decisión de voto en este capítulo se centra, en primer lugar, en una comparación de los factores individuales que influyeron en el voto en las elecciones de 2000 y 2006. Este análisis incluye el voto para Presidente y el voto para diputados federales. En segundo término se hace un análisis de los mismos factores individuales del voto pero desagregando los grupos de votantes que dijeron haber tomado su decisión en los últimos tres meses de las campañas y hasta el día de la elección (a quienes denominaremos como votantes de decisión “tardía”) y a aquellos que reportaron haber decidido su voto desde antes de ese periodo (o votantes de decisión “temprana”). La finalidad de esta segunda tarea es evaluar si, en efecto, un votante que decide tempranamente es influenciado en mayor medida por los factores de largo plazo, reflejando el mayor peso de las predisposiciones políticas como el partidismo o la orientación ideológica y cambiando poco sus opiniones como resultado de las campañas electorales. Por otro lado,

un votante que decide “tardíamente” es probable que esté más influenciado por factores de corto plazo, como las evaluaciones de tipo económico. Este razonamiento es muy sencillo: el efecto de las variables de largo plazo se debería observar con más atención entre los votantes que deciden su voto con mucha anticipación, mientras que el efecto de las variables de corto plazo deberían entrar en acción mayormente entre quienes se deciden durante las campañas, en particular hacia las etapas finales.

En los capítulos previos de este volumen se analizaron con detalle varios de los factores de largo plazo, como el partidismo y la ideología, pero se puso poca atención a las variables de corto plazo, como las evaluaciones económicas. Por ello, en las siguientes secciones de este capítulo se desarrollan algunos aspectos teóricos relativos a esas variables. Hay que hacer mención de que las evaluaciones sobre la economía del país tuvieron una mayor influencia en el voto de 2006 que en 2000, lo cual es entendible porque la contienda se enmarcó en torno a los proyectos económicos de los principales candidatos, como una contienda entre la estabilidad económica y la continuidad de las políticas públicas empleadas por Fox, contra un proyecto en el que se planteaba una mayor redistribución y una mayor asistencia a los pobres. Como se verá en este capítulo, la activación del voto económico fue uno de los aspectos más marcados de las campañas en 2006 (ver Moreno, 2006e y 2007). Estos aspectos muestran también la importancia de los temas en una contienda electoral. Mientras que en 2000 el que tuvo el mayor poder movilizador del voto foxista fue el del cambio, un tema sin mucha sustancia de política pública pero que funcionó para activar fuertemente las predisposiciones antipriístas, en 2006 la campaña de Calderón intentó activar el tema de la economía y el empleo como su principal mensaje de llamado a los electores. Como se verá más adelante, la activación de las evaluaciones económicas se pudo observar empíricamente, a partir del Estudio Panel México 2006, y sus efectos fueron positivos para el candidato del PAN. Eso sugiere que la campaña calderonista tuvo éxito al movilizar los puntos de vista económicos favorables de los votantes. Como se concluyó en otra investigación, Calderón ganó votos durante su campaña gracias a su mensaje sobre temas económicos, pero no porque haya convencido a los votantes de que la economía iba bien, sino porque convenció a quienes ya pensaban que la economía iría bien de votar por él y no por su principal oponente (Moreno, 2006e).

Las evaluaciones sobre la economía nacional desempeñaron un papel muy importante en las elecciones de 2006, pero también la aprobación presidencial. Las opiniones positivas de los votantes con respecto a ambas va-

riables beneficiaron al candidato del PAN, mientras que las opiniones negativas se relacionaron estrechamente con el apoyo al candidato del PRD. Tanto el nivel de aprobación presidencial como las percepciones sobre las condiciones económicas del país fueron relativamente más favorables en 2006 que en 2000, en opinión de los votantes. Esto quiere decir que, al menos entre ellos –no necesariamente para el electorado general– el nivel de aprobación a Fox era ligeramente más alto que el de Ernesto Zedillo seis años antes, por un lado, y que las percepciones sobre la economía del país también eran más favorables en 2006 de lo que habían sido en la elección previa. Esto puede corroborarse con los datos presentados en el cuadro 44.

Cuadro 44
Aprobación presidencial y evaluaciones económicas de los votantes, encuestas nacionales de salida de 2000 y 2006

	2000 %	2006 %
<i>En general, ¿usted aprueba o desaprueba la forma como Ernesto Zedillo/Vicente Fox está haciendo su trabajo como Presidente?</i>		
Aprueba mucho	20	27
Aprueba algo	45	39
Desaprueba algo	16	15
Desaprueba mucho	14	14
No sabe	5	5
<i>Durante el último año, ¿usted diría que su situación económica personal ha mejorado, ha empeorado, o sigue igual?</i>		
Ha mejorado mucho	8	8
Ha mejorado algo	23	24
Sigue igual	48	52
Ha empeorado algo	12	7
Ha empeorado mucho	8	8
No sabe	1	1
<i>¿Y la economía del país ha mejorado, ha empeorado o sigue igual?</i>		
Ha mejorado mucho	4	8
Ha mejorado algo	20	25
Sigue igual	45	48
Ha empeorado algo	15	9
Ha empeorado mucho	13	8
No sabe	3	2
Número de entrevistas	3,377	5,815

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006.

Como indican las encuestas nacionales realizadas a la salida de las casillas, tanto en 2000 como en 2006 dos tercios de los votantes dijeron aprobar la labor realizada por el mandatario saliente (65 por ciento en 2000 y 66 por ciento en 2006). Sin embargo, la proporción que decía aprobar “mucho” el trabajo de Vicente Fox era 27 por ciento en 2006, mientras que en 2000 20 por ciento de quienes acudieron a las urnas manifestó aprobar “mucho” a Ernesto Zedillo. Esto quiere decir que si bien en el agregado ambos presidentes tenían un nivel de popularidad muy similar, el apoyo a Fox era más intenso que el que recibió Zedillo en su momento. Esto probablemente contribuyó a que el efecto de la aprobación presidencial en el voto, controlada por otros factores relevantes a esa decisión, fuera más claro en 2006 que en 2000.

Por otra parte, las evaluaciones favorables acerca de la economía nacional representaban 24 por ciento en 2000, comparadas con 33 por ciento en 2006. Esto significa que, por lo menos en la mente de quienes acudieron a las urnas, las condiciones económicas del país eran mejores en 2006. Esto no necesariamente era el caso si se consideran medidas más objetivas de la economía, como el crecimiento anual del PIB, el cual fue mayor en 2000 que en 2006 –considerando todo el año y no sólo el periodo de campañas. A pesar de que la economía nacional se percibía mejor en 2006, las opiniones acerca de la situación económica personal del votante no variaron mucho entre una elección y otra, especialmente las favorables. Quienes opinaban que estaban en mejores condiciones económicas constituían 31 por ciento de todos los votantes en 2000 y 32 por ciento en 2006. Esto es una señal de que si los factores económicos importaron más en la elección de Calderón que en la de Fox, esto se debió más a las percepciones sobre la economía nacional que sobre la situación económica personal de los votantes.

La asociación entre esas opiniones y la preferencia electoral es señal de que una cierta proporción de los votantes respondieron a una lógica de desempeño, común en las explicaciones racionalistas del voto. Algunos académicos identifican a ésta como la “teoría del cumplimiento, basada en el voto retrospectivo” (Lago, Montero y Torcal, 2007: 17). Una primera mirada a la asociación entre el voto y las evaluaciones al Presidente y sobre la economía se ofrece en el cuadro 45. En la elección de 2000, el candidato del PRI, Francisco Labastida, obtuvo una proporción significativamente más alta de votos entre quienes aprobaban la labor del presidente Zedillo, así como entre aquellos que evaluaban favorablemente las economías nacional y personal. En contraste, los candidatos de oposición, y en particular Vicente Fox, atrajeron una mayor proporción de votos de quienes evalua-

ban de manera negativa al Presidente en turno y las condiciones económicas del país y personales. Pero esta correspondencia no siempre fue tan clara. Magaloni (2006) documenta una débil relación entre las evaluaciones económicas y el voto cuando el PRI era un partido dominante. Con base en un detallado análisis del comportamiento económico de los electores mexicanos, esta autora concluye que las elecciones presidenciales de 1994 “no se pueden interpretar como un referéndum sobre la economía: cerca del 40 por ciento de quienes percibían un deterioro tanto en sus finanzas personales como en la economía nacional apoyó al PRI” (Magaloni, 2006: 201). Dicha lógica es contraria a la teoría del cumplimiento mencionada arriba. La expectativa del voto económico es que si el sufragante percibe que la economía va bien es más probable que vote por el partido gobernante; pero si cree que va mal, entonces es menos probable que lo haga por el partido gobernante y más que beneficie a un candidato de oposición. Como se muestra en este capítulo, en las elecciones de 2000 y 2006, pero particularmente en esta última, las evaluaciones económicas fueron un factor que influyó fuertemente la decisión electoral de los mexicanos de acuerdo con la lógica esperada: Calderón se benefició de la aprobación presidencial y de las evaluaciones positivas sobre la economía nacional.

Si bien es cierto que esto es una señal de voto racional retrospectivo, también lo es que detrás de cada evaluación positiva o negativa acerca de las condiciones económicas del país hay un fuerte componente partidario: los seguidores del partido en el gobierno suelen evaluar mejor las condiciones económicas que sus contrapartes de la oposición. En esto, México no es la excepción. Por ejemplo, en los comicios de 2000 los priístas eran los que más favorablemente evaluaban la economía del país: 45 por ciento de los priístas duros que acudieron a las urnas consideraba que la economía nacional había mejorado mucho o algo durante el último año, y esa opinión la compartía también 36 por ciento de priístas blandos. Hay que recordar que sólo 24 por ciento del total de votantes percibía una mejora económica en el país. Como referente adicional, sólo 11 por ciento de los perredistas duros y 16 por ciento de los panistas duros evaluaban de manera positiva el estado de la economía. Esto nos plantea necesariamente la siguiente pregunta: ¿los seguidores del partido en el gobierno en verdad tienen una mejor experiencia económica –y por ende los de la oposición una peor experiencia– o las evaluaciones económicas responden no sólo a experiencias objetivas sino a percepciones subjetivas guiadas por el componente afectivo partidario?

Cuadro 45

Patrones de votación según la aprobación presidencial y evaluaciones económicas de los votantes, encuestas nacionales de salida de 2000 y 2006

	2000			2006		
	Cárdenas %	Fox %	Labastida %	López Obrador %	Calderón %	Madrazo %
<i>Aprobación presidencial</i>						
Aprueba mucho	6	22	70	17	66	14
Aprueba algo	15	43	39	32	41	21
Desaprueba algo	24	59	14	55	10	32
Desaprueba mucho	29	60	8	58	6	31
<i>Situación económica personal</i>						
Ha mejorado mucho	9	22	66	14	70	12
Ha mejorado algo	12	34	52	22	58	16
Sigue igual	18	47	33	41	31	24
Ha empeorado algo	24	56	17	49	15	31
Ha empeorado mucho	22	56	18	55	8	32
<i>Economía del país</i>						
Ha mejorado mucho	8	24	65	12	74	11
Ha mejorado algo	11	31	57	23	58	16
Sigue igual	18	43	36	41	30	25
Ha empeorado algo	20	57	21	47	17	29
Ha empeorado mucho	23	59	15	58	9	29

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377) y 2006 (5,815).

Antes de responder a esa pregunta hay que descartar que la asociación entre las evaluaciones económicas y el partidismo en 2000 haya sido simplemente una anomalía. Según los datos de la encuesta de salida, esa misma relación también se observó en 2006, por lo que no fue una anomalía del 2000. Como se mencionó, 33 por ciento de los votantes en 2006 evaluaba favorablemente las condiciones económicas del país. Entre los panistas, quienes eran los seguidores del partido gobernante en ese año, la proporción que evaluaba de modo favorable el estado de la economía nacional aumentaba hasta 63 por ciento entre los partidarios duros y a 50 por ciento entre los blandos. De manera inversa, la proporción de priistas duros que evaluaba favorablemente a la economía nacional era 22 por ciento, mientras que entre los perredistas duros esa proporción era de tan sólo 18

por ciento. En suma, los mexicanos varían en sus evaluaciones sobre el desempeño económico, pero las mismas no reflejan únicamente las experiencias directas u objetivas con la economía, sino que, en muchos casos, muestran una predisposición partidaria. Ahora, en un sentido inverso, ¿significa esto que las evaluaciones de la economía son tan sólo una expresión de partidismo? No necesariamente. Aunque hay una fuerte correlación entre esas variables, los votantes también responden a los tiempos económicos de una manera que podemos llamar “racional”. Como veremos más adelante, las opiniones acerca de la economía son altamente sensibles al comportamiento macroeconómico del país, pero las orientaciones partidarias, a pesar de que Fiorina (1981) pudiera argumentar lo contrario, no lo son tanto. En el periodo que va de 2000 a 2007, el partidismo agregado mantuvo un alto grado de estabilidad (como se vio en el capítulo II), pero las percepciones acerca de la economía nacional estuvieron fuertemente correlacionadas con algunas medidas objetivas como las tasas de crecimiento anual de la economía.

Hasta ahora se ha discutido la posibilidad de que, junto con los factores de largo plazo, como el partidismo, la ideología o los clivajes sociales, las evaluaciones de corto plazo también sean una influencia importante en el voto de los mexicanos. La posibilidad de que una evaluación favorable sobre el desempeño del gobernante se traduzca en un voto a su favor, mientras que una desfavorable implique un voto en contra, es representar al voto como una acción que premia o castiga al partido en el gobierno (la “teoría del cumplimiento” ya referida). Esta lógica se ha desarrollado por varias décadas en las democracias avanzadas, tanto a nivel individual, como producto de las evaluaciones económicas de los electores (Key, 1966; Kinder y Kiewit, 1981; Fiorina, 1981), como a nivel agregado, como resultado de los ciclos económicos asociados con el calendario electoral de las democracias avanzadas (Lewis-Beck, 1988; Alesina y Roubini, 1999). Por ejemplo, Michael Lewis-Beck afirmó que “si me dijeran que solamente tengo una variable para determinar el resultado de la elección [presidencial de Estados Unidos en 2000] ésta sería el crecimiento económico. Y luego tomaría la popularidad presidencial” (Lewis Beck, 2000, citado en Evans, 2004: 118). En América Latina también ha habido esfuerzos académicos por establecer empíricamente la relación entre las evaluaciones económicas de los votantes y sus preferencias electorales (ver, por ejemplo, Echegaray, 2005). La tarea de estudiar desde la academia la popularidad presidencial también se ha llevado a cabo desde hace

varias décadas, principalmente en Estados Unidos (ver Mueller, 1970, 1985; Erikson *et al.*, 2004).

En suma, tanto las evaluaciones de la economía como el apoyo que se otorga al Presidente en turno son vistos como una fuerte influencia en el voto de una manera más o menos generalizada. Pero, antes de analizar tal influencia en el voto de los mexicanos, las siguientes dos secciones describen con un mayor detenimiento qué es la aprobación presidencial y cómo ha variado en los últimos años, qué representan las evaluaciones que los mexicanos hacen acerca de la economía nacional y de su situación financiera personal y cómo se relacionan con las condiciones objetivas de la economía del país. Ambos temas son tan amplios y tan importantes que pueden en sí mismos tratarse extensivamente en otro libro distinto. Sin embargo, el objetivo de este capítulo no es explicar esos fenómenos a cabalidad, sino entenderlos lo suficiente para justificar su inclusión como variables explicativas del voto. Para algunos lectores también pudiera ser extraño separarlas como variables. Algunos autores piensan que, de hecho, la popularidad presidencial es otra manifestación de las evaluaciones económicas. Por ejemplo, en el caso mexicano, durante el periodo de 1994 a 2000, Magaloni encontró que si “la inflación y el desempleo aumentaban, los electores se oponían al gobierno de Zedillo, y si los salarios reales se incrementaban, los electores favorecían al Presidente” (Magaloni, 2006: 164). La correlación entre ambas variables (aprobación presidencial y evaluaciones económicas) puede ser alta. Pero hay más de una razón para pensar que no son necesariamente lo mismo. Por ello, las siguientes secciones se enfocan a cada una de ellas.

LA POPULARIDAD PRESIDENCIAL

John Mueller, uno de los académicos más reconocidos por sus estudios acerca de la popularidad presidencial, escribió:

con tenaz regularidad desde 1945, la encuesta Gallup ha hecho la siguiente pregunta a sus muestras transversales del público estadounidense: “¿usted aprueba o desaprueba la manera como [el gobernante] está haciendo su trabajo como presidente?” Las respuestas a esta curiosa pregunta forman un índice conocido como “popularidad presidencial” [...] el cual probablemente constituye la tendencia continua más larga en la historia de las encuestas (Mueller, 1985: 196).

Aunque la popularidad se podía ver como una manifestación de admiración al Presidente en turno, el significado más común que se le dio a su medición fue el de una evaluación a su desempeño, lo cual se volvió un recurso político (Brody, 1991: 4). Los presidentes pueden utilizar su popularidad, ente otras cosas, para promover sus políticas, sus propuestas de legislación o para justificar sus acciones. Algunos han descrito dicho uso como un gasto estratégico del apoyo popular (Kernell, 1993). Ya sea como indicador de apoyo que tiene un gran atractivo noticioso o como un recurso estratégico del gobernante, los académicos han considerado importante “entender porqué los ciudadanos algunas veces aprueban y otras desaprueban a su líder más visible” (Erikson *et al.*, 2004: 30). Por supuesto el interés se extiende también a determinar los efectos que la aprobación presidencial tiene en el voto (Piereson, 1975; Abramowitz, 1985; Nannestad y Paldam, 1994) y en los resultados de las elecciones (Sigelman, 1979; Erikson *et al.*, 2004).

En México, las mediciones de popularidad presidencial se han vuelto una referencia común en los medios de comunicación mediante el registro sistemático de respuestas a la pregunta sobre aprobación o desaprobarción a la forma en que el presidente está haciendo su trabajo. Las encuestas sobre aprobación se dan a conocer cada trimestre (e incluso con mayor regularidad) en varios de los medios impresos y electrónicos. Sin embargo, las investigaciones académicas que se han enfocado a su estudio son muy escasas (ver, por ejemplo, Buendía, 1996, 2001; Kaufman y Zuckerman, 1998; Romero, 2000; Magaloni, 2006). Lo que la mayoría de esas investigaciones han concluido es que la popularidad presidencial guarda una estrecha relación con las condiciones económicas del país.

A pesar de que hoy en día es una de las mediciones más comunes de las encuestas, la aprobación a la gestión presidencial comenzó a hacerse en el país de una manera sistemática y continua en el sexenio de Carlos Salinas (1988-2004), cuando se instaló una oficina de encuestas que hacía mediciones puntuales y continuas del apoyo popular al Presidente para consumo del propio gobierno. Parte de la serie de las encuestas sobre aprobación presidencial realizadas por la oficina de Asesoría Técnica de la Presidencia de la República, en ese entonces dirigida por Ulises Beltrán, se puede consultar en Buendía (1996) y en Magaloni (2006). Desde entonces, algunos trabajos sugerían que las encuestas sobre la popularidad presidencial se podían utilizar como un instrumen-

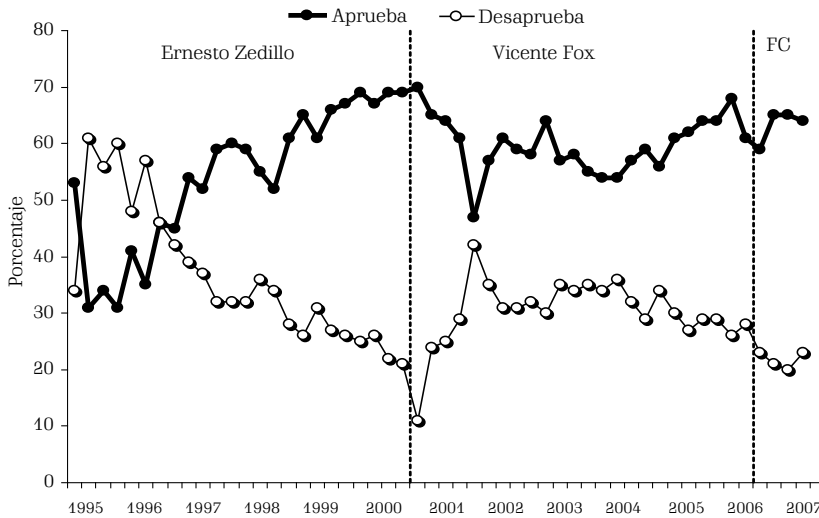
to de legitimación y de construcción de apoyo a las políticas propuestas por el gobierno de Salinas (Moreno, 1996a), es decir, en el sentido de un recurso estratégico. El presidente Salinas, en un principio cuestionado por las condiciones de la elección de 1988, alcanzó niveles de popularidad que ningún otro jefe del Ejecutivo posterior a él ha alcanzado hasta ahora. Por ejemplo, una encuesta realizada por el diario *Los Angeles Times*, coordinada por Nancy Belden en 1991, mostraba que más de 80 por ciento de los consultados tenía una opinión favorable acerca del trabajo realizado por el mandatario.

Los pocos medios de comunicación que hicieron mediciones acerca de la popularidad presidencial eran, precisamente, extranjeros, como el *New York Times* o *Los Angeles Times*, y lo hacían más casualmente que como una práctica sistemática. Otros periódicos regionales, como *El Norte* de Monterrey, precursor de *Reforma* en la Ciudad de México, también había llevado a cabo la práctica de las encuestas en los años ochenta, siguiendo una tradición que iniciaron en esa casa editorial con otras temáticas no electorales desde los años cuarenta (ver Moreno y Sánchez, 2009). A mediados de los años noventa, las encuestas sobre aprobación presidencial ya habían aparecido en los medios de comunicación nacionales con mayor frecuencia, en particular en los periódicos. *Reforma* hizo una encuesta para evaluar el trabajo del presidente Ernesto Zedillo en sus primeros cien días de gobierno, en febrero de 1994, con la cual se inició una serie de encuestas nacionales trimestrales de evaluación del mandatario en turno que continúa hasta nuestros días. Puntualmente, y cada tres meses, las encuestas sobre aprobación presidencial marcan la pauta del apoyo que el jefe del Ejecutivo tiene entre la ciudadanía. La serie de encuestas de *Reforma* iniciada en el primer trimestre de Ernesto Zedillo, pasando por el sexenio de Vicente Fox y hasta la conclusión del primer año de gobierno de Felipe Calderón, puede apreciarse en la gráfica 20. Este indicador de popularidad presidencial, que suele medirse en diversos países, se ha vuelto tan común y su repercusión política es tal que algunos autores lo han denominado el índice “Dow Jones” de la política (Brehm, 1993). Si la aprobación presidencial es alta, es un reflejo de que la vida política va bien, pero si la aprobación presidencial es baja, entonces es un indicador de que la salud política está pasando por malos momentos. Esto quizás parezca una exageración, pero lo cierto es que un Presidente popular cuenta con un mayor margen de maniobra y de apoyo para sus propuestas y acciones.

La serie de aprobación presidencial de *Reforma*, contenida en la gráfica 20, muestra la evolución del apoyo al mandatario en turno y, con ello, las fluctuaciones que aquél tiene. Los datos puntuales se pueden consultar en el apéndice de cuadros y gráficas adicionales. Los patrones observados en primera instancia son variados: el presidente Zedillo, por ejemplo, vio sumirse su nivel a popularidad hasta niveles cercanos al 30 por ciento inmediatamente al inicio de su gestión, probablemente como resultado de la crisis económica desatada en diciembre de 2004, la devaluación y, por si fuera poco, por el aumento en el impuesto al valor agregado (IVA), de 10 a 15 por ciento. Si bien el primer año fue malo para el Presidente en términos de su popularidad, este indicador fue registrando alzas importantes durante el resto del sexenio; al final, Zedillo cerró su administración con 69 por ciento de apoyo ciudadano.

Vicente Fox comenzó su gobierno con una cifra similar, de 70 por ciento, al iniciar su sexenio con una etapa que ni Salinas ni Zedillo tuvieron, el llamado periodo de “luna de miel” con la opinión pública. En nuestro país este lapso se interpretó como un “bono democrático” otorgado por la elección de la alternancia. El nivel de aprobación a Fox fue disminuyendo ligeramente a lo largo de su primer año de gobierno, para caer hasta 47 por ciento en el primer trimestre de 2002. Esto fue acaso otra respuesta del público a una nueva reforma fiscal, la que el Congreso aprobó en diciembre de 2001. Aunque finalmente no se legisló en esos términos, la discusión previa acerca de la reforma fiscal había planteado la aplicación del IVA a alimentos y medicinas, los cuales han estado bajo el régimen de tasa cero. El argumento en contra apuntaba hacia el enorme daño al bolsillo del ciudadano. No obstante, la aprobación al presidente Fox se recuperó casi de manera inmediata y fluctuó en un rango de entre 54 y 68 por ciento hasta el final de su sexenio, pero con una recuperación observable en la segunda mitad del gobierno. En el caso de la presidencia de Felipe Calderón es difícil aún establecer una tendencia, aunque las cuatro encuestas trimestrales del primer año de gobierno indican que el déficit inicial en la aprobación, comparado con el periodo de Fox, se fue mejorando. A la inversa de Fox, la aprobación a Calderón no se deterioró durante el primer año de gobierno, sino que mejoró. Por supuesto, generalmente un aumento en la aprobación implica un descenso, del porcentaje de desaprobación (un indicador de rechazo o desacuerdo con el trabajo del Ejecutivo), y viceversa. Quizás la excepción sea el inicio de un gobierno, cuando la proporción de ciudadanos que no tienen elementos de evaluación pudiera ser más alta.

Gráfica 20
Aprobación presidencial, 1995-2007



Nota: FC, Felipe Calderón.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales en vivienda.

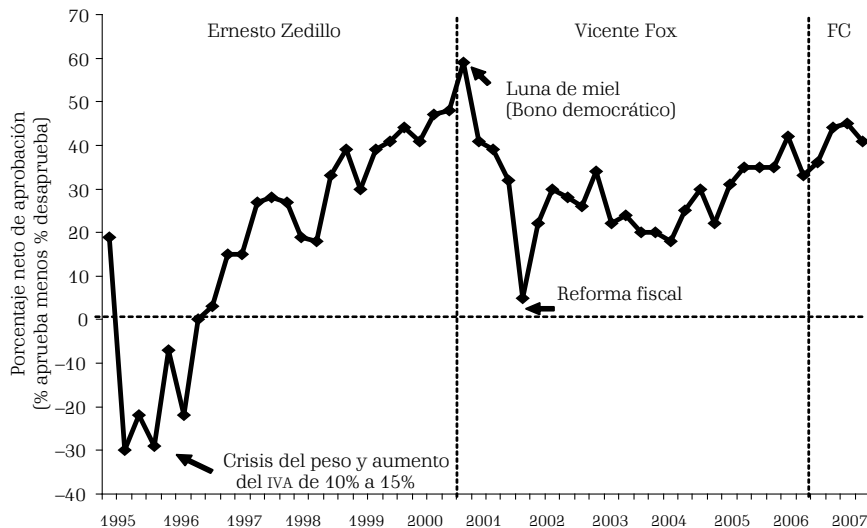
Las fluctuaciones observadas en la serie de aprobación presidencial no son aleatorias, sino que reflejan los eventos observados en la política, la economía y en otras áreas relevantes que los ciudadanos asocian con el desempeño del gobierno, como la guerra en otros países, o la “guerra” contra el narcotráfico declarada por el presidente Calderón en su primer año de gobierno. En general, las investigaciones que documentan tendencias largas de mediciones de opinión pública argumentan que los cambios o las fluctuaciones suelen tener explicaciones lógicas y no necesariamente ser el reflejo puramente de una ciudadanía “caprichosa” (Page y Shapiro, 1992; Erikson *et al.*, 2004).

Por lo general, el nivel de popularidad de un presidente se asocia con el porcentaje que aprueba su trabajo, pero suele ignorar el que lo desaprueba. ¿Qué pasa si construimos un indicador que incorpore ambos puntos de vista? ¿Nos permite entender mejor la dinámica de las percepciones acerca del desempeño del Presidente y su gobierno? No necesariamente, dado que por lo general, una vez que el Presidente es conocido por la mayoría de los ciudadanos, el porcentaje de aprobación y desaprobarción están re-

lacionados en una forma de suma cero: lo que gana un punto de vista lo pierde el otro y viceversa. Sin embargo, el porcentaje neto de aprobación (restando las opiniones de desaprobación) nos permite ver una tendencia incluso más marcada de las fluctuaciones en esos indicadores. Esos datos se presentan en la gráfica 21. Ésta es simplemente una modalidad distinta de la anterior, basada en los mismos datos, pero en la que el porcentaje de aprobación neta refleja la proporción que aprueba el trabajo del presidente menos el porcentaje que lo desaprueba. De esta manera puede apreciarse que, durante buena parte del primer año de su gestión, la popularidad de Ernesto Zedillo estaba en “números rojos”, por debajo de cero. Esto significa que las opiniones en contra superaban significativamente a las opiniones a favor. Asimismo, la recuperación de la popularidad es muy notable a lo largo del resto del sexenio. En el caso de Fox, la caída de su popularidad fue mucho más marcada durante el primer año de gobierno, y su eventual, aunque más lenta, recuperación hacia el final.

Volviendo por un momento al sexenio de Zedillo, que tuvo su primer año en números rojos de aprobación neta, es notable que, hacia mediados de 1996, ya estuviera gozando nuevamente de un pequeño margen de opiniones favorables. Un año después, en junio de 1997, la aprobación neta alcanzaba 15 por ciento. Si es de esperarse que la aprobación presidencial tenga algún efecto en el voto en las elecciones intermedias, y dado que ese fue el año en el que el PRI perdió por primera vez la mayoría en la Cámara de Diputados, podría argumentarse que ese no era un nivel de aprobación neta que produjera resultados electorales muy favorables para el partido del Presidente. Si vemos por un momento el mismo trimestre preelectoral a mediados del sexenio de Fox, en junio de 2003, el primer Presidente panista gozaba de 34 por ciento de aprobación neta, lo cual parece también haber sido insuficiente para que su partido capitalizara un mayor apoyo en las urnas. En la elección de 1991 la aprobación neta de Salinas era tal vez mucho más alta que la de sus dos predecesores, ya que simplemente su nivel de aprobación en junio de 1991 alcanzaba 80 por ciento (ver Magaloni, 2006). El PRI obtuvo resultados electorales muy favorables ese año, impulsando su presencia nacional luego de la debacle de 1988. Sin embargo, las condiciones de competencia eran distintas a las que se inauguraron con la reforma electoral de 1996. A ciencia cierta, aun no podemos establecer un umbral de aprobación presidencial neta por medio del cual el partido del Presidente en turno gane la mayor proporción de votos en una elección intermedia, pero ese será un dato que no pocos politólogos y encuestadores querrán determinar en las próximas elecciones legislativas de 2009.

Gráfica 21
 Porcentaje neto de aprobación al Presidente, 1995-2007



Nota: FC, Felipe Calderón.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales en vivienda.

Pero, ¿y qué hay de la relación entre aprobación neta y el voto para Presidente? En los dos casos que se muestran en la gráfica 21 tampoco hay indicios claros de que se requiera un mínimo de aprobación presidencial neta para que gane el candidato del partido gobernante (el equivalente de la reelección, en versión mexicana). Por ejemplo, la aprobación neta del presidente Zedillo en junio de 2000, previo a la elección presidencial, era de 41 por ciento, y el candidato del PRI perdió la elección. En contraste, en junio de 2006, la aprobación neta a la labor presidencial de Vicente Fox era de 34 por ciento (menos que la de Zedillo seis años antes) y el candidato panista ganó, aunque fuese por un estrecho margen. Magaloni (2006) ofrece algunos datos que nos pueden ayudar a una reconstrucción un poco más histórica. Por ejemplo, esta autora reporta que, en junio de 1994, alrededor de 60 por ciento de mexicanos aprobaba el trabajo de Carlos Salinas (nivel que había venido disminuyendo desde varios meses atrás, cuando había sido cercano a 80 por ciento). Desafortunadamente, Magaloni no informa el porcentaje de desaprobación a Salinas, lo cual nos hubiera permitido tener una

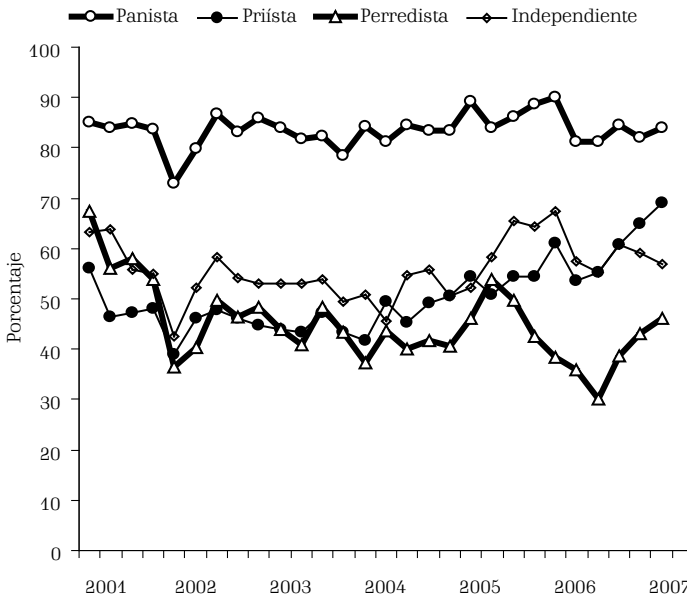
medida de aprobación neta. Pero podemos especular un poco al respecto. Si por lo menos 90 por ciento de los ciudadanos manifestaba una evaluación de la gestión presidencial y el 10 por ciento restante no –lo cual es un promedio observado en los dos sexenios posteriores y por lo tanto muy factible– estaríamos hablando de que alrededor de 30 por ciento de los encuestados decía desaprobó el trabajo del presidente Salinas unas semanas antes de la elección presidencial de 1994. De ser el caso, la aprobación neta de Salinas en ese momento era alrededor del 30 por ciento (resultante de 60 por ciento de aprobación menos 30 por ciento de desaprobación). En ese año, el priísta Ernesto Zedillo ganó la elección presidencial.

¿Por qué, si el nivel de aprobación neta de Salinas y Fox era menor que el que tenía Zedillo este último fue el único de los tres que entregó la banda presidencial a un Presidente electo de un partido distinto al suyo? La respuesta fácil e inmediata es porque la aprobación presidencial no fue un factor determinante del voto en 2000. Si fuese el caso, ¿entonces por qué preocuparse de los efectos electorales de dicha aprobación? Como se muestra a continuación, la aprobación ciudadana al Presidente en turno sí está fuertemente relacionada no sólo con el voto, sino también con la identificación con el partido gobernante. En cuanto a esto último, hay dos maneras de ver la relación: una primera es la que ya se apuntó desde el capítulo II, que el partidismo influye en otras actitudes y opiniones políticas, entre las que se puede contar la aprobación al Presidente, lo cual va acorde con los planteamientos originales de los autores de *El votante americano* (Campbell *et al.*, 1960). La segunda es que las fluctuaciones en la aprobación presidencial también pueden producir cambios en el partidismo agregado: mejoras en la popularidad presidencial van acompañadas por aumentos en la proporción de seguidores del partido gobernante, mientras que disminuciones en la popularidad presidencial producen deserciones a dicho partido. Esto es más acorde con los planteamientos de la tesis retrospectiva de Fiorina (1981). Veamos la evidencia de estos dos fenómenos en México.

La gráfica 22 muestra los niveles de aprobación a Vicente Fox a lo largo de su sexenio, y a Felipe Calderón durante su primer año de gobierno, según la orientación partidaria de los encuestados. Como puede apreciarse, salvo por una breve caída en la aprobación en el primer trimestre de 2002 (ligado a la reforma fiscal), los panistas mantuvieron un nivel muy estable de aprobación a Fox, en torno a 84 por ciento en promedio para todo el periodo. Esto significa que, independientemente de las fluctuacio-

nes en la aprobación entre otros grupos de partidistas o entre los independientes, los panistas mantuvieron una actitud muy similar hacia el primer Presidente extraído de las filas blanquiazules. La desviación estándar de estas observaciones para todo el periodo 2001-2006, incluyendo el mes de la notable caída en la popularidad, es tan sólo de 3.6 puntos porcentuales. En cambio, entre los priístas y los perredistas el nivel de aprobación a Fox no sólo fue más bajo, sino también más fluctuante. Los priístas registraron un promedio de aprobación de 49 por ciento para todo el sexenio, con una desviación estándar de 5.2 puntos, mientras que el promedio respectivo entre los perredistas fue de 46 por ciento con una desviación estándar mayor, de 7.7 puntos.

Gráfica 22
Aprobación presidencial según la identificación partidista de los entrevistados, 2001-2007



Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales en vivienda.

Un rasgo muy interesante en las tendencias de estos dos grupos partidarios es que Fox comenzó con un nivel de aprobación más alto entre los

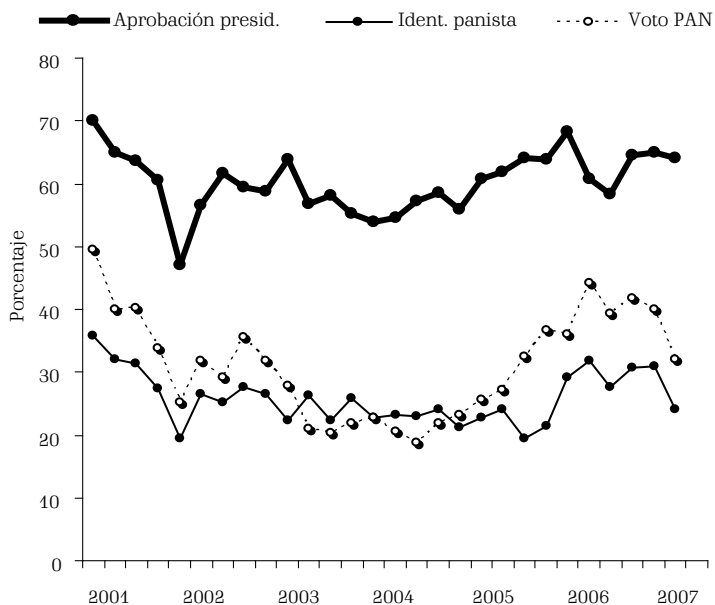
perredistas que entre los priístas, pero poco a poco se revirtió esa relación y, mientras que los priístas comenzaron a manifestar un mayor nivel de aprobación al Presidente panista, los perredistas tendieron a rechazarlo más. Es notable, por ejemplo, la caída en la aprobación de Fox entre los perredistas, iniciada a mediados de 2005, muy probablemente causada por el asunto del intento de desafuero de Andrés Manuel López Obrador como jefe de Gobierno del Distrito Federal. La aprobación a Fox no se volvió a recuperar entre los seguidores del partido del sol azteca, incluso después de que el mandatario ordenara que se retiraran los cargos en contra de López Obrador, lo cual le permitió ser candidato a la Presidencia de la República. Sin embargo también es de remarcarse que, a pesar de las reservas del liderazgo perredista a reconocer a Felipe Calderón como Presidente, una vez iniciado el sexenio calderonista, sus niveles de aprobación fueron registrando aumentos notables entre los simpatizantes del PRD a lo largo del primer año de gobierno.

Veamos ahora la relación entre la aprobación presidencial y el apoyo partidario. La gráfica 23 presenta las series de datos de aprobación presidencial a Fox y a Calderón durante el periodo 2001-2007, y añade el porcentaje de apoyo al PAN en dos modalidades: la identificación partidista agregada, o macropanismo, y las intenciones de voto por ese partido político. Durante el sexenio de Fox, lo que se observa es una estrecha relación entre la aprobación presidencial y el panismo en sus dos modalidades. Durante el primer trienio del primer Presidente extraído del PAN, el panismo iba en declive a la vez que la aprobación disminuía; sin embargo, en el segundo trienio el panismo fue en ascenso a la par de la popularidad del Presidente. La correlación entre la aprobación y la identificación agregada con el PAN para los seis años del gobierno de Fox es de 0.55, mientras que la relación entre la aprobación presidencial y las intenciones de voto por el PAN es de 0.70. Esto significa que la relación entre la popularidad presidencial y el voto es más estrecha que entre la primera y el partidismo. Esto quizás se debe a que el partidismo es menos fluctuante que las intenciones de voto. Por ejemplo, la desviación estándar correspondiente a la identificación panista para todo el periodo 2004-2007 es de 4.2 puntos, mientras que la misma medida para las intenciones de voto panistas es el doble, de 8.4 puntos.

A pesar de que el voto por el partido gobernante tiene una relación más estrecha con la popularidad presidencial, la correlación observada más alta se da entre las propias modalidades alternas de partidismo, la cual alcanza 0.74 para el sexenio de Fox y 0.77 para todo el periodo de siete años, inclui-

do el primer año de gobierno de Calderón. Sin embargo, precisamente en este primer año se observa un fenómeno un tanto contraintuitivo: la popularidad presidencial aumentó, pero las dos mediciones de orientación panista registraron bajas. La correlación en este caso, con tan pocas observaciones, no es muy confiable, pero ilustra este fenómeno: una correlación debilitada entre la popularidad presidencial y el macropanismo (0.27), nula –e incluso negativa– entre la popularidad y el voto (-0.02) y una correlación casi perfecta entre macropanismo y voto (0.93). Nuevamente hay que remarcar que estas últimas estadísticas se basan en un número muy pequeño de observaciones y de ninguna manera anuncian una tendencia de lo que podría ser el efecto de la aprobación presidencial en la suerte electoral del PAN durante el resto del sexenio de Calderón.

Gráfica 23
Aprobación presidencial y apoyo partidario, 2001-2007



Correlaciones de Pearson: entre aprobación presidencial e identificación panista: 0.56; entre aprobación presidencial y voto por el PAN: 0.69; entre identificación panista y voto por el PAN: 0.77. La pregunta de voto por el PAN varía según la fecha de levantamiento entre “voto para diputados federales”, “voto para presidente”, y “voto en la próxima elección federal”; en todo caso cada una con la utilización de una boleta simulada y urna.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales en vivienda.

En resumen, las series de encuestas sobre popularidad presidencial son una muestra clara de varios aspectos:

1) el apoyo ciudadano al Presidente de la República puede registrar fluctuaciones, pero éstas, más que ser aleatorias o caprichosas, son reflejo de los eventos políticos y económicos por los que pasa el país, como las crisis económicas o las reformas fiscales, las cuales parecen explicar los movimientos más severos en la desaprobación al Presidente en turno, tanto en 1995 como en 2002. Si la ciudadanía aumenta su rechazo al trabajo del mandatario, no es simplemente porque se “despertó de malas”, sino porque responde a alguna causa exógena que ayuda a explicar ese “mal humor”. Un análisis más detallado de los datos analizados en esta sección podrían ayudar a determinar, por ejemplo, hasta qué punto la popularidad presidencial ha sido responsiva a los indicadores macroeconómicos, tanto positivos como negativos. Esto se ha hecho para el periodo de Zedillo, en el cual se observa claramente que el deterioro en su aprobación era responsivo a un deterioro de la economía, mientras que el rebote en la popularidad fue producto de la recuperación económica (Buendía, 2001).

2) La popularidad presidencial está influida en buena medida por las orientaciones partidarias y en esta relación los seguidores del partido gobernante suelen ser más probables de aprobar al titular del Ejecutivo; sin embargo, los datos derivados de las encuestas trimestrales de *Reforma* sugieren que las fluctuaciones en la popularidad también influyen al partidismo agregado, de manera que si la popularidad se incrementa, también es probable que aumenten los seguidores del partido gobernante, mientras que si la popularidad presidencial va a la baja, también es probable que se observe un descenso en la proporción de seguidores del partido del presidente.

3) La relación entre la popularidad presidencial y el partidismo es muy estrecha, pero lo es aún más con las intenciones de voto. Esto puede entenderse por el hecho de que un Presidente popular puede atraer electores independientes a la causa de su partido y no sólo a sus partidarios.

4) También se observa una fuerte relación, de hecho la más fuerte, entre la distribución de electores dispuestos a votar por el partido gobernante y la proporción de electores identificados con él. En esto, por supuesto, hay un traslape, y el grado de endogeneidad es mayor. Sin embargo, la relación está lejos de ser perfecta, lo cual ilustra que, en un nivel agregado, el partidismo como identidad y el apoyo al partido como intención de voto están altamente correlacionados pero no son necesariamente lo mismo.

En esta sección se describen algunas de las series de encuestas que han registrado las evaluaciones económicas de los mexicanos, pero también sienta las bases para comprender la lógica subyacente del voto económico. De acuerdo con Lewis-Beck, “lo que le da significado a la [...] asociación estadística entre la economía y las elecciones es la creencia subyacente de que los ciudadanos individuales reaccionan sistemáticamente a los estímulos económicos al momento de votar” (Lewis-Beck, 1988: 33). De esta manera, la teoría del voto económico se guía por la idea de que “a los votantes les agrada que haya crecimiento y les disgusta que haya inflación y desempleo. Son retrospectivos: votan a favor del [partido] gobernante si la economía va bien durante su gestión (esto es, [si se registra] un bajo nivel de desempleo y una baja inflación, o un alto crecimiento)” (Alesina y Roubini, 1999: 49).

Buena parte de la teoría sobre el voto económico establece que éste puede ser retrospectivo, es decir, que el votante evalúa lo que *ha hecho* el gobierno, o cómo se *ha comportado* la economía (Key, 1966; Fiorina, 1981); sin embargo, en algunos de sus orígenes el voto económico se planteó como el resultado de un razonamiento de tipo prospectivo, es decir, uno que implicaba calcular cuál de las opciones políticas en competencia tendría un mejor desempeño (Downs, 1957). Algunas investigaciones recientes que se enfocan a las democracias avanzadas han llegado a la conclusión de que “las evaluaciones retrospectivas son más importantes que los juicios prospectivos” (Listhaug, 2005: 215, citando a Lewis-Beck y Paldam, 2000).

Otra diferencia más en los razonamientos económicos es la referente a las evaluaciones que hace el individuo de su propia situación económica y las que realiza sobre la situación económica del país (Kinder y Kiewiet, 1981; Markus, 1988). Las evaluaciones centradas en las finanzas del individuo suelen denominarse de “bolsillo”, mientras que las que se hacen sobre la economía nacional se denominan “sociotrópicas”. Las investigaciones recientes también han establecido que, después de una rica experiencia de observaciones, que ha derivado en una generosa literatura sobre el voto económico, las preocupaciones “por las condiciones económicas de la nación [suelen] derrotar a las evaluaciones sobre las finanzas personales” en cuanto a su influencia en el voto” (Listhaug, 2005: 215, citando a Lewis-Beck y Paldam, 2000).

Esta revisión bibliográfica solamente aborda la racionalidad de los votantes y no incorpora a cabalidad su relación con el comportamiento racio-

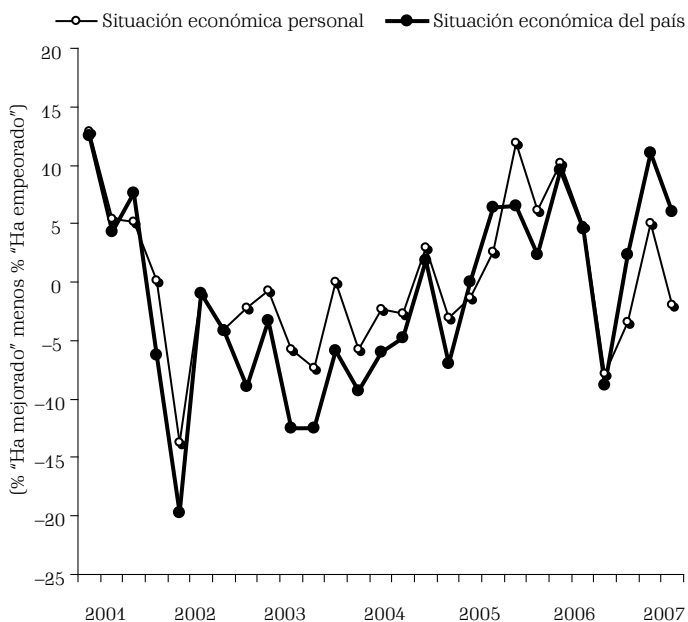
nal de los políticos. El comportamiento racional, para ser tal, requiere ambos lados de la moneda. Del lado de los votantes, ya se ha mencionado que es probable que éstos apoyen al partido gobernante si perciben un buen desempeño económico. Pero del lado de los políticos, los gobiernos y los candidatos suelen movilizar apoyo también con base en el desempeño económico. Si la economía va bien, un candidato del partido gobernante tiene el incentivo de recordar a los votantes el buen desempeño económico, lo que incluye la estabilidad económica, la baja inflación, el descenso de las tasas de desempleo, o cualquier otra particularidad que implique éxito. En contraparte, para movilizar apoyo electoral los candidatos de oposición pueden apuntar fallas en el comportamiento económico y culpar al partido gobernante por ellas. Esa es la lógica del eslogan que William Clinton utilizó en su campaña presidencial de 1992: “es la economía, estúpido”.

Una buena parte de la literatura sobre el voto económico, de hecho, se enfoca en cómo los mismos políticos suelen influir en el comportamiento de la economía conforme a una lógica de ciclos económicos electorales. Para Alesina y Roubini, el comportamiento oportunista de los políticos suele tener efecto en el voto oportunista racional de los electores (Alesina y Roubini, 1999: 9). Si bien los ciclos económico-electorales han sido ampliamente estudiados en las democracias avanzadas, en México los estudios han sido mucho más limitados. Magaloni, por ejemplo, documentó los ciclos presupuestarios, mediante los cuales se observa “un aumento en el gasto del gobierno en torno a las elecciones, [particularmente] cuando la coalición hegemónica [del PRI] es más vulnerable” (Magaloni, 2006: 98). La investigación de Magaloni cubre un amplio periodo, de 1938 a 2000, enfocándose en el manejo presupuestal del gasto corriente y de capital en las administraciones priistas. Pero el manejo electoral de la economía no parece ser exclusivo de la era del PRI. Más recientemente se han observado patrones cíclicos del gasto social de Pemex que responde al calendario electoral desde 1997 hasta 2006 (ver Moreno, 2007a).

En las elecciones presidenciales de 2006 se dejó ver una estrecha relación entre las evaluaciones económicas retrospectivas y el voto; pero, además de eso, también se observó una respuesta de buena parte de los electores a los intentos de campaña por activar sus actitudes hacia la economía. En ese sentido, la campaña de Calderón atrajo más votos a su causa no porque haya convencido a los electores de que la economía iba bien, sino porque convenció a electores que ya lo juzgaban así de votar por él (Moreno, 2006e). Pero a este punto volveremos luego de revisar las ten-

dencias en las evaluaciones acerca de la economía y su asociación con las condiciones objetivas de ésta.

Gráfica 24
Evaluaciones de la situación económica personal y nacional, 2001-2007
(Porcentaje neto: ha mejorado menos ha empeorado)



Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales en vivienda.

El cuadro 46 muestra el clásico par de evaluaciones económicas de tipo retrospectivo: si la gente considera que su situación económica personal, por un lado, o la del país, por otro, ha mejorado, ha empeorado, o sigue igual con respecto a algún momento previo. En el caso de las encuestas mostradas en este cuadro se trata de una comparación con el año anterior: “En los últimos 12 meses, ¿la situación económica del país ha mejorado, ha empeorado o sigue igual?” Los datos presentados en el cuadro reflejan la evaluación positiva neta que resulta de la resta de proporción de evaluaciones positivas menos la de evaluaciones negativas. La correlación entre las evaluaciones económicas retrospectivas de 2001 a 2007 y la aprobación presidencial neta para el mismo periodo, y descrita en la sección anterior, es muy

alta. Entre la aprobación presidencial y las evaluaciones de bolsillo (referentes a las finanzas personales) se registra una correlación de 0.77, mientras que entre la aprobación y las evaluaciones sociotrópicas (relativas al estado de la economía nacional) la correlación es de 0.86. ¿Significa esto que las evaluaciones económicas son un simple reflejo de la aprobación presidencial? No necesariamente. El vínculo entre esas variables es fuerte, pero las dos pueden reflejar el comportamiento más objetivo de la economía.

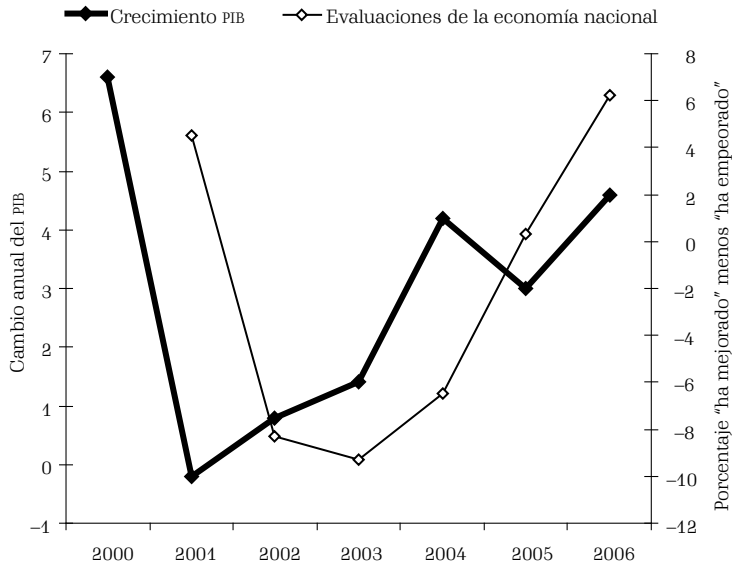
Para probar esto, la gráfica 25 muestra una fuerte correlación entre el crecimiento anual del PIB y las percepciones que los ciudadanos tienen acerca de la economía nacional. Los resultados se presentan en promedios anuales y cada variable en su respectiva escala. El PIB, por ejemplo, registró un crecimiento de más de 6 por ciento en el último año de gobierno de Ernesto Zedillo. Sin embargo, el crecimiento promedio fue cercano a cero durante el primer trienio del presidente Fox. Las evaluaciones de la economía nacional que los ciudadanos manifestaron en las encuestas reflejó muy bien este deterioro económico, al caer las opiniones positivas sobre el estado de la economía del país. El crecimiento que ésta registró a partir de 2004, y a lo largo del segundo trienio de Fox, también fue acompañado por una mejora en las evaluaciones económicas de los ciudadanos. La relación que hay entre ambas variables, una objetiva de comportamiento macroeconómico y la otra de percepciones medidas por medio de las encuestas, es notablemente fuerte. Algo particular de esta relación es que las percepciones ciudadanas parecen responder con cierta tardanza al deterioro económico, como se observa en el periodo 2000-2002, pero parecen adelantarse a la recuperación económica más sostenida (como se ve en el lapso 2002-2004). Esta relación requiere un estudio mucho más detallado, pero por lo pronto es suficiente saber que las evaluaciones económicas que expresan los ciudadanos en las encuestas no se dan a ciegas, sino que reflejan adecuadamente las condiciones objetivas de la economía nacional.

LA ACTIVACIÓN DEL VOTO ECONÓMICO EN 2006

De los años cuarenta hasta el año 2000, durante la mayor parte de la época de partido dominante, la relación entre el apoyo al PRI y el crecimiento económico fue débil. De acuerdo con Magaloni, las investigaciones realizadas con base en encuestas en los años ochenta y noventa mostraron resultados ambiguos con respecto al voto económico:

una teoría de voto retrospectivo, no explica adecuadamente el apoyo al [partido] gobernante durante un periodo de recesión o de desempeño económico mediocre, como lo mostró [la conducta] de los votantes mexicanos entre 1985 y 1994, o que los votantes hayan dado la espalda al [partido] gobernante a pesar de un mejoramiento objetivo de las condiciones económicas, como los mexicanos actuaron en 1997 y 2000 (Magaloni, 2006: 85).

Gráfica 25
La economía y la opinión pública, 2000-2006



Nota: Se presentan los promedios anuales (de cuatro encuestas cada uno).
Fuentes: Crecimiento anual del PIB: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.
Evaluaciones de la economía nacional: *Reforma*, serie de encuestas nacionales trimestrales, 2000-2007 (n acumulada = 35,443).

Sin embargo, el voto económico sí fue un rasgo particular de las elecciones de 2006 (Moreno, 2006e y 2007a). Pero el voto económico no fue producto de un razonamiento espontáneo, sino que fue, en buena medida lo activaron las campañas electorales. Los discursos y los eventos de las campañas, en particular la de Calderón, tuvieron como efecto la vinculación de los puntos de vista sobre la economía con las preferencias electorales. Desde el enfoque de las teorías de campañas, este efecto no fue de

persuasión, lo cual implica cambiar los puntos de vista de alguien, sino de *activación*, que se refiere a apelar a las predisposiciones latentes de los votantes. El concepto de activación se desarrolló en los estudios tempranos sobre el comportamiento electoral, en particular en el trabajo de Lazarsfeld y sus colegas en los años cuarenta. "Las campañas políticas son importantes principalmente porque *activan* las predisposiciones latentes" de los electores (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944: 74).

El concepto de activación presupone que cuando las creencias y las predisposiciones de los votantes se activan, éstas siguen su relación "natural" o teóricamente esperada con alguna otra variable, en este caso con el apoyo a algún candidato. Un ejemplo muy general sería cuando un votante liberal termina votando por un candidato liberal luego de que había considerado hacerlo por uno conservador. La activación de predisposiciones políticas en muchos casos responde a la activación de orientaciones partidarias (Hillygus y Jackman, 2003). Algunos autores han sugerido que las discrepancias que a veces se observan entre las posiciones de los candidatos en las preferencias, según las encuestas tempranas de una temporada electoral, y la posición que ocupan finalmente tras conocerse el resultado de esa elección, suelen explicarse más por la activación que por la persuasión (Gelman y King, 1993; Bartels, 2006). En México, la contienda de 2006 siguió esta lógica: varios meses antes de las elecciones, López Obrador llevaba una ventaja de entre 10 y 15 puntos porcentuales en las preferencias de los electores, la cual se redujo a tal grado que terminó perdiendo por un mínimo de votos, en el resultado más competido de la historia electoral del país. Este comportamiento, como veremos en esta sección, se explica en buena medida por la activación del razonamiento económico de voto.

En ese sentido, las campañas de 2006 importaron. Pero no tanto por su poder persuasivo como por el de activación de las predisposiciones latentes. Para Bartels, "las campañas importan porque tienden a producir congruencia entre las condiciones políticas fundamentales y las predisposiciones, por un lado, y el voto, por el otro" (Bartels, 2006). Lo que sucedió en México en 2006 fue que una parte importante de los electores que consideraban que la economía iba bien tenían una intención temprana de votar por López Obrador. Esto, siguiendo la teoría del voto retrospectivo, hubiera sido tan incongruente como el comportamiento previo de los mexicanos en los años ochenta y noventa ilustrado por Magaloni. Sin embargo, el enfoque de la campaña calderonista en la economía activó de manera lógica esa predisposición económica. Por ello, el efecto observado no fue que Calderón convenciera a los

votantes de que la economía iba bien, sino que apeló al voto natural de quienes ya pensaban que así era. De acuerdo con el Estudio Panel México 2006, el apoyo a Calderón entre los electores que opinaban que la economía iba bien aumentó de 35 a 57 por ciento entre octubre de 2005 y julio de 2006.

Como se ha documentado en otra parte (ver Moreno, 2006e), establecer que este efecto fue de activación y no de persuasión requiere sustentarse con varias modalidades de evidencia. En primer lugar, es necesario demostrar que las condiciones económicas eran lo suficientemente favorables para que el candidato del PAN empleara una estrategia “oportunistar racional” (como la denominan Alesina y Roubini, 1999), de manera que eso permitiera lanzar una campaña centrada en los aspectos económicos. De otra manera, decir que la economía iba bien cuando en realidad no había evidencia de ello hubiera sido una estrategia “irracional”. Como ya se mostró, en el segundo trienio del gobierno de Fox la economía tuvo un crecimiento mucho más notable que en el primero (ver gráfica 25), además de que buena parte de la opinión pública en general, y de los votantes en particular, notaba mejoras económicas. Los votantes de 2006 percibían un mejor estado de la economía nacional que los de 2000, aun cuando objetivamente no fuera el caso. Además de eso, los altos precios del petróleo habían generado recursos inesperados a la administración foxista (Moreno, 2007a) y, por si fuera poco, durante el segundo trienio de Fox se registró el mayor crecimiento de los créditos privados al consumo y a la vivienda, lo que hizo que buena parte del electorado tuviese no sólo beneficios objetivos sino, además, que se volviera más propenso a valorar la estabilidad económica. Muchos de los mensajes calderonistas que mencionaban la estabilidad y el no cambio, además de destacar los riesgos de “crisis” y “endeudamiento” si López Obrador ganaba la elección, apelaban precisamente a ese electorado que había contraído deudas por la vía de los créditos hipotecarios; era un electorado adverso al riesgo.

En segundo lugar, para comprobar la tesis de la activación del voto económico es necesario demostrar que la campaña panista efectivamente se centró en una estrategia económica, apelando a los votantes que evaluaban bien las condiciones del país. La campaña de Calderón viró su atención temprana de un mensaje centrado en los valores y las “manos limpias”, y con el cual había ganado la elección interna de su partido, a un mensaje centrado en la economía y el empleo. Calderón le pidió al electorado no votar por el candidato de la izquierda, quien podía poner en riesgo la estabilidad económica y a quien etiquetó como “un peligro para el país”.

En ese sentido, el mensaje de Calderón enmarcó la elección como una decisión entre una opción política que auguraba más crisis y más endeudamiento y otra que veía hacia un futuro con estabilidad económica y más empleos. Estos últimos se volvieron temas centrales de la campaña que competían con el del combate contra la pobreza propuesto por López Obrador. Esta forma de entender la contienda significó que la etiqueta de “un peligro para el país” tuviera resonancia entre los votantes que valoraban la estabilidad económica, pues muchos de ellos habían contraído créditos en los últimos tres años, ya sea para bienes duraderos, automóviles, o viviendas. Es probable que los créditos hipotecarios hayan desempeñado un papel político importante en el mercado electoral mexicano de 2006. El conservadurismo económico de muchos deudores pudo haber explicado por qué el candidato del PAN en 2006 tuvo éxito apelando a la continuidad, a la estabilidad y al no cambio, a diferencia del candidato del mismo partido seis años antes, que tuvo éxito con un llamado al cambio. El giro de la campaña de los valores a la campaña centrada en la economía se documenta con mayor detalle en Moreno (2006e). Tanto los discursos del candidato panista como los relatos anecdóticos de la campaña también confirman este giro económico de la campaña blanquiazul (Calderón, 2006; Camarena y Zepeda Patterson, 2007).

En tercer lugar, para probar que el aumento en las intenciones de voto por Calderón impulsadas por los puntos de vista favorables hacia la economía fueron producto de la activación y no de la persuasión se requiere demostrar lo siguiente: que dicho aumento en las preferencias no se debió a un aumento en la proporción de electores que pensaban en ese sentido sino a un ajuste en las preferencias de los que ya evaluaban favorablemente la economía. Esto implica dos pasos: el primero es confirmar que el porcentaje de electores que evaluaban favorablemente la economía no creció. Esto se sustenta con los datos mostrados en el cuadro 46. La encuesta panel se aplica a las mismas personas en distintos momentos en el tiempo, en este caso en octubre de 2005 y en julio de 2006. Como puede apreciarse, el porcentaje de entrevistados que evaluaba bien la economía en ambos momentos se mantuvo estable: 45 por ciento en octubre, a nueve meses de la elección, y 42 por ciento en julio, justo después de ésta. (Incluso algún lector podría pensar que el porcentaje disminuyó, lo cual sería no tener en cuenta el margen de error de la medición; pero si se acepta que bajó ligeramente, entonces con mayor razón estos datos prueban que no aumentó la proporción de electores convencidos de que la economía iba bien.)

Cuadro 46
Evaluaciones económicas retrospectivas
en dos rondas del Estudio Panel México, 2006

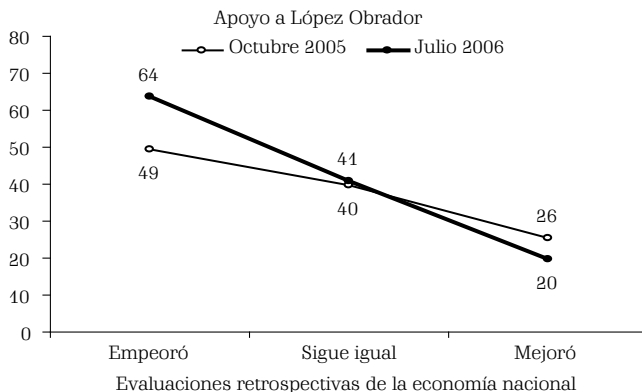
	<i>Octubre 2005</i>	<i>Julio 2006</i>
<i>Evaluación de la economía nacional comparada con el año en que inició el gobierno de Fox</i>		
Mucho mejor	40	8
Algo mejor	35	34
Igual	39	45
Algo peor	7	5
Mucho peor	6	5
No sabe	3	3
<i>Evaluación de la situación económica personal comparada con el año en que inició el gobierno de Fox</i>		
Mucho mejor	6	5
Algo mejor	25	25
Igual	53	58
Algo peor	8	6
Mucho peor	6	5
No sabe	2	1

Fuente: Estudio Panel México 2006, rondas 1 (n = 4,600) y 3 (n = 4,067).

El segundo paso implica probar que las preferencias electorales de los votantes que evaluaban favorable o desfavorablemente la economía en efecto cambiaron en la dirección esperada. El mismo estudio panel demuestra que ése fue el caso. Las gráficas 26 y 27 dan evidencia de ello. Estas gráficas presentan el porcentaje de apoyo electoral a López Obrador y a Felipe Calderón antes de las campañas y justo después de la elección, desagregadas por las evaluaciones económicas retrospectivas de los electores. El apoyo a López Obrador aumentó entre quienes expresaban evaluaciones negativas acerca de la economía nacional y disminuyó ligeramente entre quienes tenían una evaluación positiva. En contraste, el apoyo a Calderón creció entre los que evaluaban la economía de modo favorable, demostrando el efecto activador de su campaña económica, y simplemente no tuvo movimientos entre los que la evaluaban mal. El voto calderonistas registró, incluso, un leve aumento entre quienes percibían a la economía igual que antes. En su conjunto, los datos mostrados en el cuadro 46 y en las gráficas 26 y 27 indican que Calderón se benefició del razonamiento de voto económico, pero no porque haya convencido a los

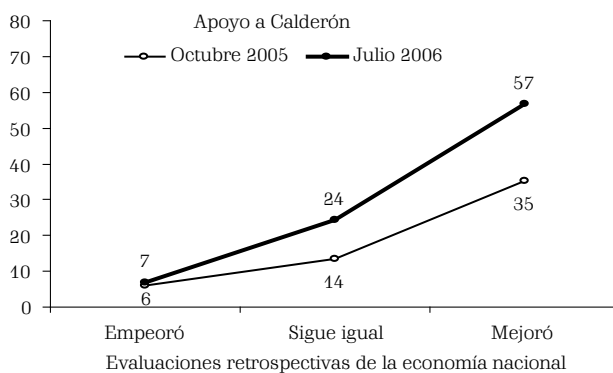
electores de que la economía iba bien, sino porque persuadió a quienes ya lo consideraban así a que votaran por él y no por López Obrador.

Gráfica 26
La activación del voto económico: apoyo a López Obrador antes y después de la campaña, según las evaluaciones económicas retrospectivas de los electores, 2006



Fuente: Estudio Panel México 2006, rondas 1 (n = 1,600) y 3 (n = 1,067).

Gráfica 27
La activación del voto económico: apoyo a Calderón antes y después de la campaña, según las evaluaciones económicas retrospectivas de los electores, 2006



Fuente: Estudio Panel México 2006, rondas 1 (n = 1,600) y 3 (n = 1,067).

El diseño de la encuesta tipo panel nos permite ver este efecto con suficiente claridad, pero, por lo marcado que fue el ajuste de las preferencias, éste también debería poderse observar en las encuestas transversales de seguimiento a lo largo de la campaña. El cuadro 47 ofrece esa información para el periodo enero-junio de 2006. La tendencia observada en este cuadro confirma lo que se derivó del estudio panel: el porcentaje de apoyo a Calderón aumentó entre los electores que cuya opinión acerca de la economía nacional, era favorable, abriendo una brecha entre él y López Obrador que prácticamente se duplicó durante el periodo de campañas. Esta brecha fue mayor que la que se observa entre los electores que decían aprobar la labor del presidente Fox (tendencia también mostrada en el mismo cuadro). Ambos fenómenos, la popularidad del Presidente y la activación del voto económico, contribuyeron a que la ventaja inicial de López Obrador sobre Calderón, observada en el mismo cuadro, no sólo disminuyera sino que prácticamente se desvaneciera.

En resumen, los datos mostrados en esta sección documentan un fenómeno de activación del voto económico retrospectivo en 2006, lo cual sugiere que:

- 1) los votantes retrospectivos se comportaron de una manera racional, pero también quienes apelaron a su voto, al tratar de activar el razonamiento económico que en un principio no les era tan favorable. En enero de 2006, por ejemplo, la distribución respectiva de preferencias por Calderón y por López Obrador entre los electores económicamente optimistas era de 39 y 34 por ciento, y, a pesar de estar abajo cuatro puntos entre ese segmento, el candidato perredista aventajaba por ocho puntos al panista entre el electorado general; hacia final de la campaña, en junio, las preferencias por Calderón y López Obrador entre los electores que veían con optimismo la economía era en razón de 2 a 1, 52 y 26 por ciento, respectivamente, y la ventaja temprana del perredista se había diluido.
- 2) El efecto del voto económico retrospectivo no se dio de manera natural, sino que requirió de una activación durante las campañas, en particular la del PAN.
- 3) El efecto del voto económico retrospectivo en 2006 probablemente inaugura una era distinta de razonamiento del voto que no se había observado de modo tan nítido en el pasado. Esto significa que, en 2006, la "teoría del cumplimento" tuvo una mayor relevancia, lo cual

implica que los electores premian el buen desempeño de los gobiernos y los castigan cuando lo hacen mal. En el caso de 2006, el buen desempeño fue percibido por una pluralidad de electores que se manifestaron a favor de Felipe Calderón, aunque esto no significa que los beneficios que ellos tuvieron o percibieron hayan sido generalizados. Esa es parte de la esencia de la democracia. Las coaliciones ganadoras, como la del cambio en el 2000, o la del no cambio en 2006, son precisamente eso, coaliciones ganadoras, no puntos de vista compartidos por todos. Como algunos autores la han definido, “una coalición ganadora comprende los votantes, grupos y seguidores de los que depende un gobierno” (Lipset y Lakin, 2004: 33).

Cuadro 47
Evolución de las preferencias electorales durante la campaña,
desagregadas por aprobación presidencial y evaluaciones económicas
favorables, enero-junio, 2006

	Enero %	Febrero %	Marzo %	Abril %	Mayo %	Junio %
<i>Porcentaje de preferencias (intenciones de voto) por...</i>						
Calderón	31	28	31	37	35	34
López Obrador	39	38	40	31	35	34
Madrazo	26	31	26	27	24	26
Diferencia entre Calderón y López Obrador	-9	-10	-8	6	0	0
<i>Preferencias de los que opinan que la situación económica del país ha mejorado</i>						
Calderón	45	45	49	54	57	52
López Obrador	31	33	33	24	23	26
Madrazo	20	21	16	20	16	19
Diferencia entre Calderón y López Obrador	14	12	16	30	33	26
<i>Preferencias de los que aprueban el trabajo del presidente Fox</i>						
Calderón	39	38	41	47	47	47
López Obrador	34	34	33	25	27	26
Madrazo	24	25	24	23	20	21
Diferencia entre Calderón y López Obrador	4	4	7	21	21	20

Nota: los porcentajes de abril y junio son promedios de dos encuestas realizadas en cada mes.
Fuente: *Reforma*, serie de encuestas nacionales preelectorales de 2006 (n = 15,831).

Los hallazgos descritos en esta sección tienen varias implicaciones. Una de ellas es que el aumento en la importancia del voto económico retrospectivo en 2006 es coherente con el desvanecimiento del clivaje de régimen que dominó la política electoral en México durante varios años. Como se explicó en el capítulo v, los electores en los noventa anteponían el razonamiento de continuar o no con el PRI a cualquier otro, sea ideológico e incluso económico. El “surgimiento” del voto económico en el país, del cual no había habido evidencia tan clara durante la época del partido dominante (ver Magaloni, 2006), coincide con el desvanecimiento del clivaje autoritario-democrático analizado en otras investigaciones (Moreno, 1998, 1999a). El conflicto basado en los temas económicos pasó a ser el centro de la competencia electoral en 2006. Esto puede tener como consecuencia que los partidos y sus candidatos desarrollen cada vez más un comportamiento “oportunista” racional para apelar al voto, pero también puede significar un aumento de la responsividad de los gobiernos y de los partidos al electorado. El conflicto entre izquierda y derecha de 2006 no parece haber sido únicamente ideológico, sino también una contraposición entre las evaluaciones de los electores sobre las condiciones económicas del país. Pasemos ahora a examinar cómo se comportan esas variables, la ideología y las evaluaciones económicas retrospectivas, junto con otras de corto y largo plazo, en un modelo comprensivo del voto.

MODELO DE DECISIÓN INDIVIDUAL DE VOTO: 2000 Y 2006

Como casi todos los fenómenos de comportamiento político individual, la decisión de por quién votar no es algo que se explique con una sola variable, sino que responde a múltiples causas. Por ello, para entender los mecanismos que funcionan a favor de uno u otro candidato o partido se emplean modelos explicativos multivariados que determinan el peso relativo de una variable en el voto, controlando por la presencia de otras variables. Las variables típicas de un modelo convencional de decisión de voto incluyen la identificación partidista del votante, la imagen de los candidatos, las evaluaciones económicas retrospectivas, las posturas en los temas políticos relevantes y de campaña, y las características ideológicas, sociodemográficas y geográficas de los votantes. El que se desarrolla en este capítulo es un modelo convencional que incluye la gran mayoría de esas variables.

El tipo de modelo estadístico utilizado en este análisis está basado en la regresión logística multinomial, la cual permite usar como variable dependiente una medida de tipo categórico con más de dos valores. La preferencia electoral en México es un fenómeno que requiere de este tipo de modelos para estimar el efecto de distintas variables en el voto, ya que se pueden comparar a partir de un mismo análisis los factores que influyen para que se vote a favor del PRI, del PAN, o del PRD. Debido a que el tamaño de la muestra suele ser muy bajo en el caso de otros partidos, éstos se han omitido del análisis. El modelo toma una de las categorías analizadas como base de comparación de los coeficientes y, para nuestros propósitos, aquí se ha utilizado el voto por el PAN, tanto para analizar el voto para Presidente como para diputados. El análisis de esta sección se basa en los datos recopilados en las encuestas nacionales realizadas a la salida de las casillas en las elecciones de 2000 y 2006.

Las variables independientes reflejan los distintos temas que nos ocuparon en los capítulos previos, como las identificaciones partidarias, las orientaciones ideológicas, las opiniones acerca de los candidatos, el interés en las campañas, al igual que, como se señala en este capítulo, la popularidad presidencial y las evaluaciones económicas retrospectivas. Además se utilizan varias medidas de rasgos socioeconómicos y contextuales del votante, como el sexo, la edad, la escolaridad, la religión, la región del país y el tipo de localidad en la que vive. El modelo se muestra en el cuadro 48.

En total se incluyeron 17 variables en el modelo de decisión de voto. Dado que dos de ellas –la identificación partidista y la región del país– se transformaron en variables dicotómicas, el modelo presenta un listado de 21 variables independientes en total. Aunque esto suena muy alto para un modelo estadístico que pretende ser lo más simple posible, esas variables reflejan únicamente las explicaciones teóricas más comunes del voto: el enfoque sociológico, el enfoque psicosocial y el enfoque racional. Veamos, pues, qué arrojan los resultados, tanto en el modelo explicativo de voto para Presidente como en el correspondiente al voto para diputados federales.

Voto para Presidente

Como puede apreciarse en el cuadro 48, el voto para Presidente en 2000 estuvo influido principalmente por los factores partidarios y la imagen de los candidatos. Esas son las variables que mejor explican la decisión de votar

Cuadro 48
Determinantes del voto para presidente en 2000 y 2006
(Modelo logístico multinomial)

	2000				2006			
	PRD/PAN		PRI/PAN		PRD/PAN		PRI/PAN	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Constante	0.350		-1.831	*	2.771	***	2.457	***
Sexo (1 = mujer)	0.334		0.418	*	-0.051		-0.027	
Edad	0.173		0.171		-0.024		-0.132	
Escolaridad	-0.104		-0.081		0.066		-0.229	**
Ingreso (1 = 35% más alto)	-0.400		-0.206		-0.178		-0.044	
Panista	-1.880	***	-1.848	***	-1.913	***	-1.411	***
Priísta	-0.825	*	2.127	***	0.255		2.462	***
Perredista	2.241	***	-0.013		2.304	***	0.539	
Autoubicación izquierda-derecha	-0.033		0.311	*	-0.253	*	-0.043	
Opinión acerca del candidato del PAN	-0.541	***	-0.458	***	-0.610	***	-0.610	***
Opinión acerca del candidato del PRI	-0.051		0.435	***	-0.080	*	0.484	***
Opinión acerca del candidato del PRD	0.477	***	-0.013		0.708	***	0.125	***
Interés en las campañas	-0.085		-0.076		-0.031		-0.111	
Aprobación presidencial	-0.032		0.336	**	-0.388	***	-0.341	**
Situación económica personal	0.148		0.213	*	-0.105		-0.056	
Situación económica del país	-0.016		0.028		-0.274	**	-0.257	*
Asistencia a servicios religiosos	-0.110		-0.285	***	0.030		0.153	*
Católico	-0.165		-0.157		0.107		-0.370	
Localidad rural o mixta	0.403		0.279		-0.275		0.335	*
Región Norte	-0.535	*	-0.366		-0.047		0.442	*
Región Centro-Occidente	-0.474		0.152		-0.057		0.005	
Región Sur	-0.004		0.113		0.582	**	0.642	**

Casos incluidos en el análisis: 2,781 en 2000 y 4,342 en 2006. Bondad de ajuste del modelo: -2 log verosimilitud 2237.6 en 2000 y 3989.9 en 2006; Ji-cuadrada: Niveles de significación de los coeficientes: *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05. 3977.3 en 2000 y 6442.9 en 2006; Significación: 0.000 para ambos años; Pseudo R² (Cox y Snell): 0.76 en 2000 y 0.77 en 2006.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n=3,377) y 2006 (5,815).

por el PAN o por el PRD (primer par mostrado en el cuadro), o por el PAN o por el PRI (segunda combinación mostrada en el análisis). Naturalmente, los panistas fueron los más proclives a votar por el candidato de su partido, en este caso Vicente Fox, mientras que los perredistas por Cárdenas y los priístas por Labastida. Solamente destaca el hecho de que estos últimos muestran un apoyo significativo a Fox en la comparación del voto por el panista contra Cárdenas. Esto significa que hubo priístas que decidieron votar por Fox en 2000. Asimismo, los coeficientes relativos a la imagen de candidatos confirma que, entre mejor era la opinión acerca de un candidato mayor era la probabilidad de votar por él.

A pesar de lo dominantes de las variables partidistas y de imagen, también hay otros aspectos que resultaron significativos. (Como una convención de lectura para esta sección, en la que se hace constante referencia a un cuadro de coeficientes de regresión logística multinomial, los asteriscos mostrados al lado de cada coeficiente representan el grado de significación estadística de cada variable: un asterisco puede interpretarse como un influencia débil pero significativa, dos asteriscos pudieran verse como una influencia moderada y tres como una influencia fuerte.) La aprobación presidencial, por ejemplo, desempeñó un papel moderado a favor del candidato del PRI. Las evaluaciones económicas favorables acerca de la situación económica personal también se tradujeron en un apoyo a ese partido, pero su efecto fue débil. En contraste, el efecto de las evaluaciones retrospectivas de la economía nacional fue prácticamente nulo en la elección de 2000. La ideología de izquierda y derecha también fue significativa, aunque débil, para diferenciar al PRI de las otras opciones políticas; los electores de derecha eran mucho más proclives a votar por Labastida. Entre los demás aspectos incluidos en el modelo, destaca la fuerte influencia de la religiosidad en el voto: aquellos sufragantes que dijeron asistir a servicios religiosos con mayor frecuencia era mucho más probable que apoyaran al PAN. Por otro lado, el voto femenino se canalizó más hacia el PRI, aunque la influencia de la variable sexo fue débil. La región solamente arroja un coeficiente significativo, pero débil, en el caso del norte, donde los electores era mucho más probable que sufragaran por el PAN que por el PRD –un indicio de la división regional que quedaría más marcada en 2006.

El voto para Presidente en 2006 también estuvo fuertemente influido por factores partidistas y por la imagen de los candidatos, que se confirmaron como variables dominantes en el modelo de voto. Sin embargo, en este caso hay muchas otras variables que cobraron importancia con respecto a seis

años antes. Por ejemplo, la escolaridad fue un factor fundamental para entender la elección entre Calderón y Madrazo: los votantes con mayor escolaridad tenían una mucho mayor probabilidad de preferir al panista y los menos escolarizados al priísta. En (Moreno, 2003), *El votante mexicano* se delineaba muy bien la división entre un México urbano y educado en el apoyo a esos partidos, pero lo cierto es que ese efecto se intensificó en 2006. Por otra parte, la influencia de la aprobación presidencial también creció, siendo fuerte en la decisión entre PAN y PRD y moderada en el escenario en que se elegía entre PAN y PRI. Esto es muestra de que la popularidad de Vicente Fox tuvo un mejor rendimiento en el voto calderonista de 2006, que la popularidad de Ernesto Zedillo en el voto labastidista seis años antes.

En 2006, las evaluaciones sobre la economía personal no tuvieron importancia en el voto, pero sí, y notable, las evaluaciones retrospectivas de la economía nacional: en el caso de la elección entre PAN y PRI el efecto fue débil pero significativo, mientras que en la elección entre PAN y PRD el efecto fue más estadísticamente significativo, aunque todavía moderado. Esto confirma la discusión sobre el voto económico sostenida en este mismo capítulo, además de que también va acorde a lo que se ha encontrado en las democracias avanzadas: que las consideraciones sociotrópicas importan más que las de bolsillo; por lo menos ese fue el caso en el voto presidencial de 2006 (no en el de 2000).

La ideología también tuvo un efecto significativo en la elección entre el candidato del pan y el del prd, aunque, al igual que en 2000, el efecto fue débil, comparado con el de otras variables. El cambio en el coeficiente de la variable ideológica, sin embargo, confirma el argumento desarrollado en el capítulo v, en el sentido de que la coalición del cambio que votó a favor de Fox y en contra de Labastida en 2000 provenía de los votantes a la izquierda del pri, mientras que la coalición de la estabilidad económica que sufragó por Calderón en 2006 provenía de la derecha. Esto es una señal de que el fenómeno de “realineación ideológica” del electorado panista fue estadísticamente significativo.

Entre las variables socioeconómicas y contextuales destaca, además de la escolaridad que ya se mencionó, el factor regional. El sur fue la zona menos favorable para el panismo. La presencia del voto calderonista en esa región fue débil. En el caso del norte, sin embargo, en donde el candidato del PAN ganó la mayoría de los estados, el coeficiente que arroja el análisis estadístico por persona indica que el PRI se benefició en esa región (sobre todo porque la base de comparación de este resultado es el centro, en don-

de el PRI es más débil). El tipo de localidad urbana-rural también tuvo una influencia significativa, aunque débil, en la elección entre el PRI y el PAN. Aunada a la escolaridad, esta variable sugiere que el clivaje de la modernización que se gestó desde los años ochenta siguió vigente en 2006, especialmente en el caso de la comparación del voto priísta con el panista: el candidato del PRI estaba más apoyado por los mexicanos de baja escolaridad y por los que habitan en zonas rurales, mientras que el candidato del PAN atrajo más votos en las ciudades y entre los electores más escolarizados. Estos factores no influyeron, sin embargo, en la elección entre el candidato del PRD y el del PAN. Finalmente, la religiosidad de nuevo desempeñó un papel significativo en la decisión de votar por el PAN o por el PRI, aunque el efecto de esta variable se debilitó. La variable que representa al electorado católico, y que otras investigaciones han argumentado que apoya al PAN, sobre todo en combinación con la religiosidad (Moreno y Díaz Domínguez, 2007), simplemente en este caso no resultó tener un efecto significativo. Es probable que los católicos devotos (quienes asisten a la iglesia por lo menos una vez a la semana) sí apoyen mucho más al PAN, pero eso parece ser más un efecto de la religiosidad que de la denominación religiosa.

En suma, los resultados mostrados en el cuadro 48 indican que: 1) el partidismo y la imagen de los candidatos son variables dominantes en el modelo estadístico de decisión de voto; 2) la ideología tuvo un efecto débil pero significativo en el voto en ambas elecciones; 3) la influencia de la popularidad presidencial en el voto fue moderada en 2000 pero se fortaleció notablemente en las elecciones de 2006; 4) las evaluaciones retrospectivas acerca de la economía del país, insignificantes en 2000, se volvieron muy importantes en 2006; 5) en esta última elección, las consideraciones sociotrópicas fueron marcadamente significativas, pero no así las de bolsillo; 6) los efectos significativos de la escolaridad y del tipo de localidad urbana o rural sugieren que el clivaje de modernización que se gestó en los años ochenta sigue vigente, de manera que el electorado del PRI en escala nacional suele ser menos escolarizado y más rural; 7) los patrones de voto regional importan; 8) la religiosidad ejerce una influencia importante en la decisión electoral. Este conjunto de hallazgos sugiere que tanto los factores de largo como los de corto plazo ejercen una influencia significativa en el voto. Pero, ¿entonces por qué es relevante hacer esa diferenciación conceptual? ¿Acaso porque unos pudieran definir el voto tempranamente y otros hacia el final de una campaña? Veamos si esto es o no el caso.

Factores de largo y corto plazo

En el modelo de decisión de voto desarrollado en este capítulo se incluyen variables explicativas que suelen verse como de largo plazo (por ejemplo, el partidismo, la ideología, la religión y los factores sociales) y otras que suelen denominarse como de corto plazo (como la popularidad presidencial y las evaluaciones económicas retrospectivas). En teoría, las primeras deberían influir en el voto sin que realmente importe mucho lo que suceda en las campañas, pero las segundas deberían reflejar con más claridad las dinámicas de las campañas electorales. A continuación se hace un análisis de los votantes que dijeron haber tomado su decisión de voto con anticipación (por lo menos tres meses antes de la elección), a quienes llamaremos votantes de decisión "temprana", y de aquellos que tomaron su decisión electoral hacia las etapas finales de la campaña e, incluso, el mismo día de la elección, a quienes se les denomina como votantes de decisión "tardía". Si los factores de largo plazo y de corto plazo realmente son tales, éstos deberían tener una influencia distinta entre esos dos grupos de sufragantes. Los factores de largo plazo deberían pesar más entre los votantes de decisión temprana y los factores de corto plazo entre los de decisión tardía. El siguiente análisis se encarga de evaluar si ese es el caso o no.

El cuadro 49 reproduce el mismo análisis de regresión logística multinomial que se presentó en el cuadro 48 para explicar la decisión de voto. En este caso los resultados se obtuvieron para los subconjuntos de votantes de decisión temprana y de decisión tardía en cada una de las dos elecciones presidenciales. Como se están analizando solamente esos subconjuntos de votantes, el tamaño de muestra en cada análisis es menor que el del cuadro 48, lo cual implica que la significación estadística de los coeficientes pudiera reducirse. Sin embargo, y para no confundir cambiando los niveles aceptables de significación estadística, se decidió mantener los mismos. No obstante, para agilizar la lectura de este cuadro, no se muestran los coeficientes numéricos, solamente los signos (positivo o negativo) y, a través del número de ellos, la significación estadística. Al igual que en el caso anterior con los asteriscos, un signo refleja una influencia significativa pero débil, dos signos una influencia significativa moderada y tres una influencia significativa fuerte. (El lector interesado en los coeficientes numéricos puede remitirse a los cuadros completos de este análisis en el apéndice de cuadros y gráficas adicionales.)

Cuadro 49
 Determinantes del voto para presidente en 2000 y 2006,
 desagregando segmentos de votantes según el momento
 en que tomaron su decisión de voto
 (Modelo logístico multinomial)

	2000				2006			
	Decisión temprana ^a		Decisión tardía ^b		Decisión temprana ^a		Decisión tardía ^b	
	PRD/ PAN	PRI/ PAN	PRD/ PNA	PRI/ PAN	PRD/ PAN	PRI/ PAN	PRD/ PAN	PRI/ PAN
Constante					++		++	+++
Sexo (1 = mujer)			++					
Edad								
Escolaridad								—
Ingreso (1 = 35% más alto)								
Panista	—	—	—	—	—	—	—	—
Priísta		+++	-	+++		+++	+	+++
Perredista	+++		+++		+++		+++	
Autoubicación izquierda-derecha					—			
Opinión del candidato del PAN	—	—	—	—	—	—	—	—
Opinión del candidato del PRI		+++	-	+++		+++	—	+++
Opinión del candidato del PRD	+++		+++		+++	++	+++	++
Interés en las campañas								
Aprobación presidencial		+		+	—	—	—	—
Situación económica personal			+					
Situación económica del país							—	
Asistencia a servicios religiosos		—		—				
Católico					+			—
Localidad rural o mixta								
Región Norte				—				
Región Centro-Occidente					—			
Región Sur							+	++

^aDecidieron su voto antes de los últimos tres meses de las campañas. ^bDecidieron su voto en los últimos tres meses de campaña y hasta el mismo día de la elección.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n=3,377) y 2006 (5,815). Cálculos del autor.

De acuerdo con los resultados, los factores de largo plazo tienen una influencia significativa en ambos conjuntos de votantes: el efecto del partidismo, por ejemplo, es tan marcado entre los que toman una decisión temprana como entre aquellos que la dilatan. Lo mismo sucede con la imagen del candidato, la cual puede ser influida durante la campaña, como se vio en el capítulo anterior, o reflejar un componente partidario de largo plazo. En contraste, los factores de corto plazo, como la popularidad presidencial y las evaluaciones económicas sí parecen tener una mayor influencia entre los electores que se deciden tardíamente.

La ideología en 2006 afectó principalmente a los votantes que decidieron de manera anticipada, como sería de esperarse, lo cual significa que la polarización de izquierda y derecha en la elección entre López Obrador y Calderón no fue un efecto de campaña, sino que ya venía de antes. El conflicto de izquierda vs. derecha ya se había gestado desde antes de las campañas. Su influencia entre los votantes que decidieron tardíamente fue nula. Por otro lado, el efecto de las evaluaciones económicas retrospectivas en cada elección fue significativo sólo entre los votantes de decisión tardía, lo cual confirma que son factores de corto plazo. Esto es una evidencia bastante convincente de que los efectos de la ideología (como un factor de largo plazo) y los de las evaluaciones económicas (como factores de corto plazo) confirman la distinción analítica que la literatura sobre el voto ha hecho entre esos dos tipos de variables.

Por otra parte, algunos factores que se esperaba fueran de largo plazo (como la religiosidad o la denominación religiosa) tienen efectos encontrados. En el caso de la religiosidad, su influencia significativa –y fuerte– se observa entre los votantes de decisión tardía en 2000, mientras que la influencia débil pero significativa de la denominación católica se dio en ambos grupos de votantes, los tempranos –en donde marcó claramente una división entre el candidato del PAN y el del PRD– y los tardíos –cuyo efecto se observa en la elección entre PAN y PRI. Aunque aparentemente contradictorio, este hallazgo es relevante, ya que el efecto de la religión en la elección entre Calderón y López Obrador se dio desde antes de las campañas, dando señas de otro posible clivaje adicional al ideológico en la nueva competencia entre el PAN y el PRD.

En suma, el análisis de esta sección indica que: 1) la diferenciación conceptual entre factores de largo y de corto plazos en las explicaciones de voto tiene sentido empírico en México; 2) tanto el partidismo como la imagen de los candidatos parecen afectar tanto a los votantes que deciden

tempranamente su voto como a aquellos que lo deciden en el transcurso de las campañas; 3) la ideología tuvo un efecto significativo exclusivamente entre los votantes de decisión temprana, y de manera más marcada en la elección de 2006, lo cual significa no sólo que su importancia fue mayor, sino también que se puede contar como un factor o influencia de largo plazo; 4) las evaluaciones económicas retrospectivas tuvieron un efecto significativo entre los votantes de decisión tardía pero no entre los de decisión temprana, lo cual los inscribe, como sería de esperarse en el listado de variables de corto plazo. Aunque seguramente habrá otras maneras de confirmarlo, estos resultados proveen evidencia convincente acerca de la división teórica de las variables explicativas en las diversas teorías de voto y que Campbell y sus colegas habían señalado desde los años cincuenta (Campbell *et al.*, 1960). La decisión de voto está influida por factores de largo plazo, como los rasgos partidarios e ideológicos del elector, así como por influencias de corto plazo que reflejan las dinámicas de las campañas. Un aspecto que requiere de una mayor investigación es el efecto observado de la imagen de los candidatos, el cual resultó fuerte tanto entre los votantes de decisión temprana como en los de decisión tardía.

Voto para el Congreso

La decisión de voto para elegir legisladores puede responder a variables distintas a las que usualmente se incorporan en un modelo de voto presidencial (Jacobson, 1992). Comenzando por el hecho mismo de que el voto para Presidente en una elección concurrente puede influir en el voto para diputados. Por supuesto, en la medida en que el voto dividido sea menor, la probabilidad de que esto suceda se reduce. Pero la mayoría de los votantes en México eligen al mismo partido para ambos cargos, por lo menos con base en la experiencia de 2000 y 2006.

En este apartado se analiza el voto para diputados federales utilizando el mismo modelo de explicación del voto presidencial. El propósito primordial es simplemente comparar la lógica que subyace a ambas decisiones electorales bajo un mismo esquema, no el de encontrar un modelo específico del voto legislativo. El cuadro 50 presenta la información del modelo con el voto para diputado como variable dependiente.

De acuerdo con estos resultados, las variables de partidismo e imagen de candidato confirman una vez más su fuerte influencia en la decisión de voto. Pero hay diferencias marcadas con el voto presidencial cuando se

Cuadro 50
Determinantes del voto para diputado federal en 2000 y 2006
(Modelo logístico multinomial)

	PRD/PAN		PRI/PAN		PRD/PAN		PRI/PAN	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Constante	0.978		- 0.816		2.057	***	1.265	*
Sexo (1 = mujer)	0.267		0.455	**	0.151		0.092	
Edad	- 0.003		0.118		0.052		-0.062	
Escolaridad	- 0.047		-0.086		0.040		0.043	
Ingreso (1 = 35% más alto)	0.004		-0.046		-0.110		-0.126	
Panista	-1.394	***	-1.351	***	-1.401	***	-1.128	***
Priísta	-0.102		1.870	***	0.055		1.955	***
Perredista	2.193	***	0.102		1.461	***	0.039	
Auto-ubicación izquierda-derecha	- 0.080		0.105		-0.346	***	-0.083	
Opinión acerca del candidato del PAN	- 0.332	***	-0.290	***	-0.308	***	-0.324	***
Opinión acerca del candidato del PRI	- 0.039		0.253	***	-0.019		0.268	***
Opinión acerca del candidato del PRD	0.355	***	0.065	*	0.337	***	0.040	
Interés en las campañas	- 0.048		- 0.041		0.023		0.050	
Aprobación presidencial	- 0.159		0.090		-0.350	***	-0.308	***
Situación económica personal	0.047		0.100		-0.099		-0.062	
Situación económica del país	- 0.024		0.017		-0.122		-0.115	
Asistencia a servicios religiosos	- 0.107		- 0.221	**	-0.032		0.044	
Católico	- 0.256		- 0.219		0.080		-0.024	
Localidad rural o mixta	- 0.023		0.267		0.054		0.012	
Región Norte	- 0.412	*	0.126		-0.337	*	0.293	*
Región Centro-Occidente	- 0.835	**	0.043		-0.244		0.168	
Región Sur	0.329		0.351		0.325	*	0.532	**

Casos incluidos en el análisis: 2,754 en 2000 y 4,343 en 2006. Bondad de ajuste del modelo: -2 log verosimilitud 3462.7 en 2000 y 6707.1 en 2006; Ji-cuadrada: 3085.1 en 2000 y 4491.8 en 2006; Significación: 0.000 para ambos años; Pseudo R2 (Cox y Snell): 0.67 en 2000 y 0.64 en 2006.

Niveles de significación de los coeficientes: *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377) y 2006 (5,815).

consideran otras variables. La ideología, por ejemplo, aumentó su influencia de débil a fuerte en la elección entre PAN y PRD en 2006. Esto significa que las posturas de izquierda y derecha se conectan más con el apoyo a un partido que a un candidato. El clivaje ideológico es notable en este análisis. Por otra parte, las evaluaciones económicas retrospectivas simplemente no importaron en la decisión de voto para diputados federales ni en 2000 ni en 2006. Esto significa que los votantes no han tomado en consideración las condiciones de la economía para elegir legisladores. Esto es una marcada diferencia con el voto presidencial.

Otra diferencia, aunque no tan marcada como esta, es que la aprobación presidencial cobró una mayor relevancia en el voto para diputados. En 2000, el efecto de esta variable fue nulo, pero en 2006 fue muy fuerte. Los candidatos del PAN al Congreso se beneficiaron enormemente de la popularidad de Fox en 2006, lo cual significa que el posible efecto de coleo (o *coattail effect*) sí desempeña un papel importante al renovar a los legisladores. De ser el caso, los politólogos y los analistas seguramente pondrán más atención al nivel de aprobación presidencial neta que se requiere para lograr una cierta proporción de escaños del partido gobernante en el Congreso (como se discutió en este capítulo). La popularidad presidencial importa. Con esto queda claro que la medición de la popularidad presidencial no es sólo un indicador de valor periodístico, sino una variable que está estrechamente vinculada con las posibilidades del partido del Presidente para controlar la Cámara baja luego de una elección.

Finalmente, otras variables como la región han tenido efectos entre débiles y moderados pero significativos en el voto para el Congreso. Y en 2000 el sexo y la religiosidad también arrojaron coeficientes con significación estadística moderada, aunque con resultados encontrados. Las mujeres eran votantes más probables del PRI, relación que desapareció en 2006, mientras que los votantes más religiosos (quienes más acuden a servicios religiosos) eran más proclives a votar por el PAN (aunque también este efecto desapareció en 2006).

En suma, el voto para Presidente y el voto para Congreso no responden exactamente a una misma lógica. Aunque el modelo presentado en este apartado es el mismo para ambos cargos, aun así se ven diferencias importantes que hay que enfatizar: 1) en 2006 el voto para diputados fue todavía más ideológico que para Presidente, particularmente en la elección entre el PAN y el PRD; 2) las evaluaciones económicas retrospectivas, que tuvieron un efecto significativo en el voto para Presidente (las de bolsillo en

2000 y las sociotrópicas en 2006) tuvieron un efecto nulo en el voto para diputados en ambos años, lo cual sugiere que los votantes emplean consideraciones o juicios de carácter económico para elegir Presidente, pero no para diputados federales; 3) la popularidad presidencial es un factor muy importante para entender el voto legislativo, sobre todo en elecciones concurrentes, que son las que se han analizado en este apartado. En 2009 los politólogos y los encuestadores tendrán una buena oportunidad para ver si la popularidad de Felipe Calderón impulsa o no el voto panista para la conformación del nuevo Congreso y compararlo con la influencia que la popularidad de Fox tuvo o no en las elecciones intermedias de 2003. En ese caso, la aprobación neta de alrededor de 30 por ciento fue insuficiente para que el panista contara con una mayoría absoluta de diputados de su mismo partido.

La participación electoral

En los quince años transcurridos entre 1991 y 2006, el sistema mexicano de partidos se hizo mucho más competitivo, reflejando un intenso proceso de democratización en el país. Durante ese mismo periodo, el electorado prácticamente se duplicó. El número de mexicanos registrados en la lista nominal de electores en 1991 era de 36.7 millones; para 2006 ya eran 71.4 millones. No obstante, durante esos años la participación electoral se ha reducido en cada elección presidencial, y también en cada elección legislativa. En los comicios presidenciales de 1994 votó el 77 por ciento de los electores, mientras que en 2000 la participación electoral se redujo a 64 por ciento y en 2006 a 59 por ciento. La reducción neta en la asistencia a las urnas entre 1994 y 2006 fue de 23 por ciento. En las elecciones intermedias la tendencia no sólo es similar sino, incluso, más aguda: en 1991, el nivel de participación fue de 66 por ciento, la cual se redujo a 58 por ciento en 1997 y aun cayó hasta 42 por ciento en la elección legislativa de 2003, la menor tasa de participación registrada hasta ahora en una elección federal. La disminución neta en la participación en las elecciones intermedias entre 1991 y 2003 fue de 36 por ciento.

La imagen que se produce a partir de estos números tan contrastantes de un electorado cada vez más grande, pero con un conjunto relativo de votantes cada vez más pequeño, es que el electorado efectivo que acude a las urnas se está encogiendo. Algunos podrían argumentar que esto refleja un padrón que crece pero que no se depura, es decir, suma pero no resta, y por lo tanto es natural que las tasas de participación vayan en declive. Si bien factores como este pueden estar influyendo en una menor participación, también hay que considerar otras posibles explicaciones de por qué, en una era más democrática y más competitiva, los mexicanos han sido menos atraídos por las urnas. En Estados Unidos, Patterson (2002) ha documenta-

do una problemática similar. En un país en donde los niveles de escolaridad son cada vez mayores, en donde las barreras raciales a la participación se han eliminado y en donde los procedimientos de registro de votantes se han simplificado, el porcentaje de votantes, sin embargo, ha disminuido. Las explicaciones ofrecidas en ese caso han sido la poca diferenciación entre las opciones políticas, la cobertura negativa imperante en la información mediática y las fallas en el sistema electoral (Patterson, 2002). En el caso de México las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 había una confrontación de opciones no sólo claramente diferenciada (la continuación del PRI vs. el cambio en 2000, y un proyecto de izquierda vs. uno de derecha en 2006), sino que, a pesar de los severos ataques del candidato del PRD a las instituciones en 2006, los seguidores más comprometidos con su partidos fueron mucho más proclives a votar que seis años antes.

En México, la escolaridad también ha sido un factor muy relevante para entender quién vota y quién no lo hace, y ciertamente los niveles de educación formal se han expandido en nuestra sociedad, lo cual contrasta con las menores tasas de participación en las elecciones recientes. Sin embargo, la elección de 2006 planteó una pregunta incluso más intrigante: las actitudes de apoyo a la democracia se volvieron un determinante fundamental de la participación electoral y el nivel de apoyo democrático creció significativamente tan sólo entre 2000 y 2006; no obstante la participación disminuyó. ¿Por qué?

Preguntarse quién vota, quién no vota y por qué es un viejo hábito de los estudios electorales. La lógica de estas preguntas responde, por una parte, a que la democracia presupone la participación, ofreciendo a los ciudadanos la oportunidad –y en muchos casos la obligación– de decidir quién gobierna.

Como la mayor parte de los estudios electorales, las teorías sobre por qué vota o no vota la gente han tenido diversos enfoques. Uno de ellos fue desarrollado en el marco de la teoría de la elección racional. De acuerdo con ella, el acto de votar responde a un cálculo de sus posibles costos y beneficios, así como a las probabilidades percibidas de que el voto de uno sea decisivo en el resultado de la elección. El razonamiento básico es que el beneficio de votar debe ser mayor que el costo, o que el voto de uno sea percibido como importante y decisivo; de otra manera el individuo se abstendría de asistir a las urnas el día de la elección. En la práctica, los cálculos puramente racionales de los electores los llevarían a abstenerse casi en todo momento, ya que el beneficio percibido es mínimo comparado con el costo de ir a votar,

o porque las probabilidades de que el sufragio de uno sea el decisivo son muy bajas. Sin embargo, una buena parte del electorado suele votar.

Esta paradoja de la votación ha abierto varias revisiones a la teoría de la elección racional para tratar de explicar la decisión de votar. Blais (2000: 3), por ejemplo, apunta siete “enmiendas” teóricas a la teoría de la elección racional, mediante las cuales se intenta rescatar la lógica de por qué, aun siendo racional, la gente vota. Siguiendo a Blais, tales enmiendas proponen lo siguiente:

Los ciudadanos deciden votar porque: 1) así tratan de mantener a la democracia [Downs, 1957]; 2) por un sentido de obligación [Riker y Ordeshook, 1968]; 3) porque son adversos al riesgo y desean evitar el arrepentimiento de no votar y ver a su candidato preferido perder por un voto [Ferejohn y Fiorina, 1974]; 4) porque creen que otros ciudadanos no votarán y que su propio voto será el decisivo [Mueller, 1989]; 5) porque los políticos y los líderes de grupo facilitan a los ciudadanos asistir a votar [Aldrich, 1993]; 6) porque el costo de votar es prácticamente nulo [Niemi, 1976], y 7) porque es en sí mismo racional no calcular los costos y los beneficios de votar cuando éstos son muy pequeños [Aldrich, 1993].

Además de estas enmiendas al enfoque racionalista, Blais (2000) comenta otros cuatro enfoques alternativos a la teoría de elección racional que se han desarrollado en la literatura sobre la participación electoral: 1) el enfoque de recursos, que sostiene que aquellos que tienen más de éstos, tales como tiempo, dinero y habilidades cívicas, son más propensos a votar (Verba, Schlozman y Brady, 1995); 2) el enfoque de la movilización, que argumenta que los votantes responden, por medio de las redes sociales, a los esfuerzos que los políticos hacen para facilitar el acto de votar (Rosentone y Hansen, 1993); 3) la interpretación de una motivación psicológica, que sostiene que los individuos que expresan un mayor interés en la política son más propensos a votar, y 4) la interpretación sociológica, en la que se argumenta que los individuos responden a su entorno social y que el acto de votar tiene que ver con la existencia de normas sociales y la búsqueda de aceptación social.

En México, algunos estudios sobre la participación electoral basados en encuestas se han centrado en cuatro argumentos. El primero sugiere que el votante mexicano es racional y que su decisión de votar en una elección responde a consideraciones de corto plazo que la hacen parecer una decisión de inversión descuidada o miope, más que a aspectos como el interés político o la influencia social o cívica (Poiré, 2000b). A partir de

este enfoque, el papel de los políticos es crucial para facilitar el acto de votar, por lo que resalta la tarea de investigar más profundamente las influencias del gasto de campaña y de la publicidad en la decisión individual de asistir a las urnas el día de la elección.

Un segundo enfoque basado en evidencia mexicana sostiene que los patrones de participación electoral cambiaron a lo largo de los años en los que aumentó la competitividad electoral en México, es decir, desde 1964 hasta las elecciones del 2000. Tal cambio se dio desde un patrón de movilización que el PRI realizaba principalmente entre los electores rurales, a una mayor participación electoral guiada por la afluencia socioeconómica y por el interés político de los mexicanos, o sea, por la participación autónoma y voluntaria. Dado que los electores con nivel socioeconómico, escolaridad e interés político más altos tenía una mayor propensión a votar por la oposición, este cambio tiene ciertas implicaciones para el equilibrio de fuerzas en el sistema político mexicano (Klesner, 2004). Aunque este segundo enfoque no provee la evidencia necesaria para confirmarlo, sí sugiere que los cambios en los patrones de participación política respondieron a: 1) la erosión de los métodos clientelistas del control social del régimen priista; 2) la ampliación del registro electoral a principios de los años noventa, y 3) una creciente confianza en la integridad de los procesos electorales (Klesner, 2004).

Un tercer enfoque, desarrollado con evidencia de las elecciones presidenciales del 2000, afirma que los aspectos que explican la participación electoral en ese año fueron múltiples: las evaluaciones del sistema político, las percepciones sobre el fraude electoral, la participación en actividades no electorales, los esfuerzos de movilización, la sofisticación política, y algunas características sociodemográficas de los electores, como la edad (Buendía y Somuano, 2002). A diferencia de Klesner (2004), quienes indican que la oposición se beneficia de la participación voluntaria basada en los recursos individuales, Buendía y Somuano (2002) encuentran que los electores más proclives a de votar según esas líneas son quienes apoyan al PRI, lo cual genera una aparente contradicción de hallazgos. En general, esta tercera descripción del votante apela a la influencia de los recursos individuales para explicar la participación, pero deja abierta la pregunta sobre qué otros aspectos –tales como las actitudes hacia el sistema político, los cambios en los modos de participación y la movilización– son relevantes para armar una perspectiva teórica más sólida sobre la participación electoral en México.

Un cuarto enfoque, elaborado más recientemente, combina la perspectiva de recursos, con particular atención en la escolaridad, con un enfoque

de confianza institucional. Con base en la evidencia recopilada en el contexto de la elección intermedia de 2003, cuando se registró una muy alta tasa de abstencionismo, Temkin y sus colegas argumentan que éste no se debió a la falta de una cultura democrática participativa, como algunos creían, sino, por el contrario, a la creciente desconfianza de los mexicanos creyentes en la democracia hacia las instituciones políticas, principalmente entre los más escolarizados (ver Temkin *et al.*, 2005). Si bien el planteamiento es interesante, el argumento no se aplica ni a las elecciones presidenciales de 2000 ni a las de 2006, en las que, como se verá más adelante, tanto la confianza institucional como el nivel de escolaridad fueron variables muy relevantes para explicar la participación. ¿Cuál, entonces, fue la particularidad de 2003, que arrojó esta relación inversa entre escolaridad y participación? ¿Es posible que esa desconfianza institucional haya sido tan sólo pasajera? Como los mismos autores afirman, es muy probable que su “conclusión provisional” (Temkin *et al.*, 2005: 274) requiera una mayor investigación sobre el caso de 2003, para lo cual se tendrán que incorporar fuentes de evidencia empírica distintas de las que ellos utilizan. Lo importante de su contribución es que pocos enfoques habían puesto atención al papel que desempeña la confianza institucional –y otras variables de actitud– en la participación de los mexicanos.

La conclusión que se deriva de todas estas investigaciones enfocadas en la participación electoral de los mexicanos es que no hay un consenso en los hallazgos, y que las variables que influyen en la participación pueden ser muy diversas. De hecho, se advierten algunas contradicciones en los enfoques y en las distintas piezas de evidencia que tratan acerca de esta faceta del elector mexicano. En este capítulo se presenta evidencia relativa a quién vota, quién no lo hace y por qué, de manera que podamos seguir entendiendo la participación electoral en el país a la luz de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006.

Pero estudiar las motivaciones individuales de la participación electoral en México no es una tarea sencilla, e implica una problemática metodológica que hasta ahora no ha encontrado una solución confiable. Las metodologías empíricas que se han utilizado para estudiar la participación electoral adolecen de serios problemas de medición. Por ejemplo, las encuestas realizadas antes de una elección tienen la dificultad de identificar quiénes son los votantes potenciales y de determinar la validez de esa medida. Por otro lado, las encuestas de salida se realizan sólo entre votantes reales y por ello tienen un sesgo de selección en la variable dependiente:

no hay abstencionistas en el análisis. Por último, las encuestas realizadas después de una elección tienen la problemática de la sobrerrepresentación de la participación electoral: varias personas que no votaron suelen decir que sí lo hicieron, lo que genera problemas de validez de medición o sobreestimación. Además, hasta ahora ha sido prácticamente imposible cotejar con los registros del IFE si una persona encuestada realmente votó o no lo hizo. Una metodología adicional, y no incluida en la discusión de la primera edición de este libro, es hacer encuestas a abstencionistas, pero aun en ese caso nos encontramos con problemas metodológicos que se discutirán más adelante.

En este capítulo se presentan varios análisis que, a pesar de sus limitaciones, echan mano de varias metodologías o tipos de encuestas. Por un lado se desarrollan modelos estadísticos para entender la participación electoral voluntaria en México con base en encuestas preelectorales. Para eso es necesario confiar hasta cierto punto en la estimación de votantes probables o potenciales. Por otro lado se desarrolla un modelo con evidencia poselectoral. Y por último, se analizan los datos de una encuesta realizada entre abstencionistas declarados en las elecciones del 2 de julio de 2006. Pero antes, algunas clarificaciones conceptuales.

ELECTORES Y VOTANTES

En las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 votó 64 y 58 por ciento del electorado, respectivamente. Una de las premisas básicas para entender la participación electoral es que el elector es un votante potencial, pero no todos los electores son votantes *de facto*. La diferencia conceptual que haremos entre un elector y un votante es simple: el elector cumple con todos los requisitos de ciudadanía y edad para ser elegible como votante, además de que está registrado en el padrón electoral y cuenta con su credencial para votar. Esto lo hace un elector *de jure*, o por derecho. El votante *de facto* no sólo cumple con esos requisitos, sino que además asiste a emitir su sufragio el día de la elección, es decir, hace válido su sufragio.

Si la distribución de preferencias políticas entre el electorado como un todo es idéntica a la de los votantes *de facto*, entonces hacer una diferenciación entre elector y votante no tendría mucho sentido político. El resultado de una elección tendería a ser el mismo independientemente de quién sale a votar y quién no. Lo único que nos interesaría es saber las razones

por las que unos si lo hacen y otros no. Pero, si además de esto, el equilibrio de las preferencias de los votantes es distinto al del electorado general (o al de la población abstencionista), entonces entender la participación también nos ayuda a comprender las coaliciones de votantes y los posibles efectos de movilización que se dan en una elección en particular.

Hay quienes podrían pensar que la única diferencia es que los votantes *de facto* son más cívicos que los abstencionistas. Sin embargo, supongamos por un momento que la distribución de preferencias entre el electorado total y los votantes *de facto* no es la misma, sino que entre estos últimos hay una mayor inclinación hacia un partido político a expensas de otro; entonces la participación electoral cobra una relevancia distinta a la de simplemente pensar que unos ciudadanos son más cívicos que otros. Si los votantes *de facto* tienen una distribución de preferencias distinta a la de la totalidad del electorado, esto afectaría las probabilidades de uno u otro partido de ganar la elección. De hecho, la contienda electoral de 2000 fue un buen ejemplo de esta disparidad. La evolución de las preferencias electorales de los mexicanos en 2000 tuvo dos caras: la del electorado en su conjunto, en la cual el priísta Francisco Labastida llevaba cierta ventaja, y la del subconjunto del electorado votante, en la cual finalmente ganó Fox.

En términos de medición y observación, el electorado en su conjunto suele representarse mediante la distribución de todos los encuestados en una muestra de la población en edad de votar, o más específicamente, de la que tiene credencial para votar. Por otra parte, el subconjunto de votantes suele observarse de tres posibles formas: 1) los votantes reales, que se estudian generalmente con encuestas a la salida de las casillas en donde emiten su voto el día de la elección; 2) los votantes probables, o aquellos entrevistados antes de una elección que, con base en sus respuestas a preguntas de interés político y de probabilidad subjetiva de voto, entre otras, son considerados como tales. Las preguntas para determinar la probabilidad de voto, también llamados “filtros” de participación, son ampliamente utilizados para estimar el posible resultado de una elección, y han sido explicados en varias de sus modalidades en otras investigaciones (ver Daves, 2000; Visser *et al.*, 2000), y 3) los votantes autorreportados, es decir, aquellos que fueron entrevistados después de las elecciones y reportan al encuestador si efectivamente votaron o no.

En la primera categoría es adecuado hablar de votantes reales, ya que son precisamente quienes emiten su sufragio en las urnas. En la segunda se habla de votantes probables, y la validez de esta categorización respon-

de a la eficacia de los filtros de participación que emplean los encuestadores. En la tercera se incluyen aquellos que dicen haber votado, respuesta que suele estar guiada por un sentido del deber cívico y, por ello, la participación generalmente tiende a sobrerreportarse. ¿Cuán distintas o similares son estas poblaciones o universos de electores?

Una manera de responder a esta pregunta es observando el perfil político de los electores y de los votantes. Para ello, la variable de identificación partidista resulta muy útil, ya que nos da una buena idea del equilibrio de fuerzas que prevalecen entre el electorado general y el que se manifiesta en las urnas. En el cuadro 51 se presentan las distribuciones partidistas de las poblaciones de electores y votantes, esta última en diversas modalidades, registradas en los procesos electorales de 2000 y 2006. En ambos años se observó que la proporción de partidistas duros es mayor en las urnas que entre el electorado general. En 2000 los partidistas duros representaban 26 por ciento del total de electores, pero su proporción alcanzaba 40 por ciento entre la población que acudió a votar el 2 de julio de ese año. Simplemente la proporción de panistas duros fue dos veces más grande en ese año, al significar 7 por ciento del electorado total y 14 por ciento de la población votante. En 2006, los partidistas duros también parecen haber tenido una mayor presencia a la hora de emitir el voto: mientras que en el electorado general había 24 por ciento de partidistas duros, en la población votante éstos representaban 32 por ciento.

De manera inversa, los independientes han representado un menor porcentaje entre la población votante en las elecciones que lo que realmente representan en el electorado total. En 2000 los independientes (junto con los apolíticos) representaban 36 por ciento del electorado, pero sólo 27 por ciento de los votantes. En 2006, la suma de independientes y de apolíticos llegó a 42 por ciento entre el electorado general, pero su presencia en las urnas fue de 36 por ciento. Esto confirma que los partidistas duros acuden a votar en mayor proporción que los independientes. Dicho de otra manera, las elecciones son sucesos políticos que atraen más a los partidistas que a los no partidistas. Este fenómeno no es exclusivo de México. Fiorina (2002: 537) ha demostrado, por ejemplo, que la participación electoral que reportan los partidistas duros en Estados Unidos es mayor que la que informan los partidistas blandos y, a su vez, el nivel de participación electoral reportada por estos últimos es mayor a la que indican los independientes. La evidencia muestra que la participación de los independientes en las elecciones decreció durante las últimas cuatro décadas del siglo xx.

Cuadro 51
Distribución partidista de varios subconjuntos de votantes, 2000 y 2006

	2000			2006			
	Electorado %	Votantes probables %	Votantes %	Electorado %	Votantes probables %	Votantes %	Votantes autorreportados
Muy priísta	15	48	20	10	12	12	11
Algo priísta	17	44	13	11	10	9	12
Muy panista	7	40	14	8	11	12	8
Algo panista	14	15	13	13	12	14	15
Muy perredista	4	5	6	6	8	8	8
Algo perredista	6	7	6	9	9	9	13
Otro	1	1	1	1	1	0	1
Independiente	32	27	24	38	34	31	30
Apolítico	4	3	3	4	3	5	2
Total de priístas	32	32	33	21	22	21	21
Total de panistas	21	25	27	21	23	26	23
Total de perredistas	10	12	12	15	17	17	21
Núm. de casos	3,788	2,884	3,377	5,235	4,004	5,815	1,747

Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2000 y 2006 (electores y votantes probables), encuestas nacionales de salida 2000 y 2006 (votantes) y encuesta poselectoral CNEP-III México 2006 (votantes autorreportados), n total = 2,404, de los cuales 1,747 dijeron haber votado (83%).

¿Ayudan los estimadores de votantes probables a captar este fenómeno de que las elecciones atraen más a los partidistas que a los no partidistas?¹ La respuesta rápida es sí. En 2000, los partidistas duros dentro de la

¹Aquí es necesario aclarar que un filtro de votantes probables puede variar tanto como el número de variables que éste considere y de las opciones de respuesta que se utilizan en cada variable. Para propósitos del análisis que se desarrolla en este capítulo, más que utilizar un filtro de votantes probables que maximice la precisión en la estimación preelectoral, se ha definido un indicador que sea perfectamente comparable entre 2000 y 2006. Para definir dicho indicador se utilizaron simplemente tres variables: que el entrevistado tenga credencial para votar, el grado de interés que dijo tener en las campañas (mucho o algo, de una escala en la que también se incluyen las opciones poco o nada) y una escala de probabilidad subjetiva de participación con los valores 0 a 10, donde 10 representa la más alta probabilidad de salir a votar. El indicador resultante es dicotómico, señalando con un 1 a todos aquellos electores más probables de votar (y con un 0 a todos aquellos que eran menos probables de hacerlo):

subpoblación de votantes probables sumaban 33 por ciento, proporción que se queda un poco corta en contraste con la de los partidistas duros entre la población votante (40 por ciento), pero ciertamente es un mejor retrato del equilibrio partidista que el que captan las muestras generales del electorado. En 2006, los partidistas duros representaban 31 por ciento de los votantes probables, proporción casi igual que la de 32 por ciento registrada en la población votante real. Considerando que todos estos estimadores tienen un margen de error muestral, las proporciones de los partidistas duros entre los votantes probables (por lo menos con los filtros utilizados) son más parecidas a las que se registraron en la población de votantes por medio de las *exit polls*, que las que se obtuvieron en las encuestas preelectorales a todos los electores. Esto quiere decir que los filtros de votantes probables no sólo nos permiten tener estimaciones confiables para proyectar el resultado de una elección (como se discute más adelante con base en la información contenida en el cuadro 52), sino también contar con un perfil un poco más fiel de la distribución partidaria de los votantes que acuden a las urnas.

Si las mediciones de votantes probables parecen reflejar bien el equilibrio partidario del día de la elección, ¿qué tan bien reflejan ese equilibrio los estimadores de votantes autorreportados en una encuesta poselectoral? En 2006, 83 por ciento de los encuestados por el estudio poselectoral CNEP-III dijo haber votado en la elección –lo cual significa una sobrerrepresentación de 25 puntos porcentuales con respecto a la tasa de participación registrada en los comicios. ¿Captaba bien este indicador de participación los porcentajes de partidistas y no partidistas? En principio, el porcentaje de independientes que arrojó la encuesta poselectoral entre los encuestados que dijeron haber votado fue muy parecido al registrado por la encuesta de salida (30 y 31 por ciento, respectivamente), pero las proporciones de los partidistas fue un poco distinta, sobre todo en los casos de panistas y perredistas. Los primeros fueron ligeramente subestimados (en tres puntos, como también sucede en el caso de la proyección de votantes probables) y los segundos fueron sobreestimados (por cuatro puntos, cosa que no sucedió con los filtros de votantes probables). En general, los filtros de votantes probables

además de que tienen credencial para votar, respondieron 8, 9 o 10 en la escala de probabilidad, y manifestaron estar muy o algo interesados en las campañas. Los porcentajes de votantes probables en cada año fueron de alrededor 42 y 46. Esto significa que este filtro simple subestima el nivel de participación registrado en las elecciones de 2000 y 2006, pero tiene otras ventajas que se comentan en el texto.

registrados previamente a la elección parecen reflejar mejor reflejo de la participación que los indicadores de participación autorreportada en una encuesta poselectoral, por lo menos tomando como criterio el equilibrio partidario de quienes acudieron a las urnas.

La evidencia recopilada por las encuestas de salida en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 también indica que los panistas suelen acudir a las urnas en mayor proporción que los priistas y perredistas. Este es un segundo fenómeno de la participación que se deriva de los datos del cuadro 51. En general, los partidistas duros votan más que los blandos y los independientes. Además de eso, los panistas duros tienden a votar en mayor proporción que los priistas y los perredistas duros. Los priistas duros tuvieron una presencia 33 por ciento mayor en las urnas que la que tenían entre el electorado general en 2000, y 20 por ciento más en 2006; por su parte, los perredistas duros también contaron con 33 y 25 por ciento más en su peso relativo en las urnas en cada año electoral que lo que tenían proporcionalmente en el electorado general. Estas proporciones podrían verse como un multiplicador de la presencia partidaria en las urnas, a costa de los electores no partidarios. En contraste a las proporciones mencionadas para el PRI y el PRD, el susodicho multiplicador llegó a ser de 100 por ciento en 200 y 50 por ciento para los panistas duros. De modo proporcional, los panistas en las urnas han sido más numerosos de lo que son en el electorado general, por lo que puede decirse que los candidatos del PAN han contado con una ventaja de participación en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Esto se puede corroborar con los datos presentados en el cuadro 51. Además, los filtros de votantes probables (mostrados en el mismo cuadro) han captado más o menos bien este fenómeno, el cual ciertamente es de gran relevancia política. Lo que no queda claro con los datos es si los panistas son intrínsecamente más proclives a asistir a votar por los correlativos sociales que afectan su conducta individual, o si éstos han sido más responsivos a la movilización de sus candidatos presidenciales en 2000 y 2006.

Los filtros de votantes probables pueden ayudar a estimar o a proyectar con mayor precisión el posible resultado de una elección. Esto es así porque las elecciones las definen quienes salen a emitir su sufragio y no sólo quienes tienen una preferencia pero no salen a votar. Si los filtros de votantes probables son confiables, y no hay sesgos muestrales o no muestrales significativos en una encuesta preelectoral, las proyecciones del resultado electoral que éstas ayudan a estimar pueden ser altamente preci-

sas y confiables. La utilización del filtro simple en el análisis de este capítulo, de hecho, provee estimaciones bastante precisas de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Esto no quiere decir que este filtro en particular sirva para utilizarse en toda elección; uno de las dificultades que el encuestador suele enfrentar antes de publicar una proyección preelectoral es decidir, entre un menú de posibles filtros y escenarios, cuál es el que ofrecerá la mejor estimación. En esto, la experiencia previa es fundamental, así como las regularidades observadas en la asociación de ciertos filtros con las características del electorado y, por supuesto, las dinámicas y características de la propia elección.

Cuadro 52
Estimación del resultado de la elección
con un filtro simple de votantes probables, 2000 y 2006

	<i>Estimación preelectoral con filtro simple de votantes probables %</i>	<i>Resultado oficial (IFE) %</i>	<i>Diferencia</i>
<i>Elección 2000</i>			
Vicente Fox	44.6	43.47	1.13
Francisco Labastida	36.8	36.92	-0.12
Cuauhtémoc Cárdenas	15.8	17.01	-1.21
Otros	2.8	2.60	0.20
Error promedio	0.66		
<i>Elección 2006</i>			
Felipe Calderón	36.2	36.96	-0.76
Roberto Madrazo	22.7	22.92	-0.22
Andrés M. López Obrador	37.2	36.36	0.84
Otros	3.9	3.77	0.13
Error promedio	0.49		

Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2000 y 2006, y resultados oficiales de las elecciones presidenciales reportados por el Instituto Federal Electoral.

El cuadro 52 contiene las distribuciones de intención de voto previas a las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, de acuerdo con el filtro simple de votantes probables utilizado en este capítulo (y descrito en la nota al pie). Como puede apreciarse, este filtro simple ofrece estimaciones muy confiables de los resultados de ambas elecciones presidenciales (con todo y que se basa en las últimas tres encuestas preelectorales realizadas entre mayo y junio). La diferencia con el resultado oficial llega a ser tan pequeña

como una décima, o tan grande que apenas supera un punto porcentual en algunos casos. En todo caso, el cálculo arroja una variación menor al margen de error convencional de entre 2.5 y 3.5 por ciento. El correspondiente a que resulta de la proyección de 2000 es apenas 0.66, mientras que el error promedio de 2006 es incluso menor, de 0.49. Además de la forma relativamente confiable en que dicho filtro también captura la distribución partidista de los votantes probables, esta medida nos puede ayudar en gran manera a entender las dinámicas individuales de la participación electoral en el país. Hay que aclarar, sin embargo, que la medida no es perfecta (comenzando porque el filtro simple subestima las tasas de participación de 2000 y 2006), sino que es una buena aproximación al fenómeno de la participación y, por lo tanto, nos asiste en la construcción de posibles conclusiones sobre la conducta electoral en México.

En otras palabras, la estimación de votantes probables, con los filtros y las preguntas adecuadas, no sólo ofrece un resultado certero y preciso de la elección, sino también un perfil político similar al de los votantes reales. La evidencia mostrada y la discusión desarrollada hasta aquí nos permiten pensar en que el análisis de los votantes probables como aproximación de la participación electoral es un ejercicio confiable. Con esto en mente, analicemos los determinantes individuales de la participación electoral autónoma y voluntaria.

DETERMINANTES INDIVIDUALES DE LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL: UN MODELO EXPLICATIVO GENERAL PARA 2000 Y 2006

En esta sección se desarrolla un modelo estadístico general para analizar los determinantes individuales de la participación electoral en las elecciones presidenciales de 2000 y de 2006. En el modelo se explica la propensión a participar en cada elección utilizando el filtro simple de votantes probables descrito en la sección anterior. Como variables independientes se utilizan el sexo, la edad, la escolaridad, la identificación partidista, las posturas ideológicas de izquierda y derecha, las opiniones acerca de los candidatos presidenciales y un indicador de exposición a las noticias de la televisión, la radio, los periódicos y las pláticas con la gente. Esto último es una manera de representar el grado de información de los electores. Para el análisis se utilizan las últimas tres encuestas nacionales preelectorales realizadas por *Reforma*, entre mayo y junio de 2000 y 2006. El modelo in-

tenta ser lo más general posible, de manera que se entiendan las dinámicas de la participación autónoma individual en ambas elecciones, pero también en cualquier otra elección presidencial subsiguiente en la que se midan las mismas variables y de igual manera.

Como se mencionó al inicio de este capítulo, hay varios enfoques teóricos e hipótesis relativas a la participación electoral voluntaria en los que se destacan diversas variables: los recursos, la movilización, el involucramiento psicológico, el entorno social y los factores racionales del votante. De estos enfoques, esperamos que el votante mexicano que asiste a las urnas el día de la elección posea, en promedio, 1) mayores recursos individuales –como la escolaridad– que lo hagan más propenso a la participación; 2) que esté mayormente involucrado en el proceso electoral mediante una mayor información e interés y 3) dada la evidencia comentada en la sección previa, que sea fundamentalmente más partidista que el abstencionista promedio. Además de esas variables, el modelo general que se desarrolla en esta sección incluye algunas otras como las de opinión y actitud. Una es la opinión que se tiene acerca de los candidatos presidenciales, la cual, desde un punto de vista psicológico, refleja una orientación afectiva que denota la conclusión a la que el votante ha llegado acerca de algún candidato, si “le gusta” o no, o si le parece el apropiado para el cargo que se está eligiendo. Desde una perspectiva racional, la opinión de un candidato, particularmente medida con escala tipo termómetro, refleja el grado de utilidad que aquél representa para el votante. Desde cualquiera de los dos puntos de vista, la expectativa es que a mayor carga afectiva (o mayor utilidad percibida) sienta el votante hacia el candidato, mayor es la probabilidad de que salga apoyarlo en una elección. La indiferencia hacia él puede ser un factor de abstención. En contraste, la animadversión hacia el candidato puede ser reflejo de la fuerte preferencia por otro candidato, pero que puede o no traducirse en participación.

Además de las opiniones acerca de los candidatos, el modelo también incluye indicadores de las orientaciones ideológicas de los electores, representadas principalmente por las posturas de izquierda y de derecha. Como se vio en el capítulo V, la confrontación ideológica de los candidatos presidenciales en 2006 puso los términos “izquierda” y “derecha” en el centro del debate político. Además de haberse conectado tan nítidamente con las preferencias electorales, ¿tuvieron esas posturas ideológicas algún efecto en la participación electoral? ¿Vota más la izquierda que la derecha o ésta que el centro? Para saberlo hemos incluido esa variable en el análisis. En

caso de que su efecto sea significativo, eso nos debería brindar un conocimiento más profundo acerca de la naturaleza de las coaliciones de votantes en ambos procesos electorales. Una coalición ganadora no sólo es aquella que es afín al candidato o partido ganador, sino la que sale a votar para que el ganador sea tal. En 2000, por ejemplo, era ligeramente más probable que los electores de la Coalición del Cambio que votó a favor de Fox hayan salido a votar que los electores priístas. ¿Cuál fue el caso en 2006? ¿Fue más probable que la derecha saliera a votar, o que la izquierda se haya movilizado en mayor medida por el candidato perredista? Algunas respuestas se podrán formular con base en los resultados del análisis.

Como se señaló, el grado de partidismo es un factor muy importante en la participación electoral; Los electores partidistas suelen votar más que los no partidistas. Patterson (2002) argumenta que, en Estados Unidos, los partidistas han acudido a las urnas en mayores proporciones que los independientes desde los años cincuenta. Si a esto se le suma un factor cognoscitivo, o ser capaz de describir a los partidos políticos de alguna forma, la diferencia en participación electoral es incluso mayor:

Para cada categoría de identificados –desde los partidistas más fuertes hasta los independientes más puros– aquellos que fueron incapaces de encontrar palabras con las cuales describir a los partidos tienen tasas de votación significativamente más bajas. La diferencia en los extremos es muy notable. Los partidistas fuertes con un conocimiento de ambos partidos tienen una tasa de votación 47 puntos porcentuales más alta que la de los independientes puros que no tienen conocimiento de ningún partido (Patterson, 2002: 42).

Pero el efecto de esta variable en la participación electoral no sólo responde a cuestiones afectivas o cognoscitivas, sino también racionales. Desde el punto de vista de la escuela racionalista es más probable que el elector partidista vea un mayor beneficio de votar y de que perciba uno menor de hacerlo; o, visto de otra manera, es más probable que el partidista sienta un mayor arrepentimiento si no vota y su candidato llega a perder que elector no partidista. Los partidistas son más propensos a votar incluso cuando las campañas disuaden la participación. En Estados Unidos se ha encontrado que en una contienda en la que las campañas negativas tienden a reducir, más que a aumentar, la participación electoral, los partidistas son mucho más proclives a cumplir con el acto de votar, mientras que los independientes es más probable que se abs-

tengan (Ansolabehere e Iyengar, 1995). Paradójicamente, los partidistas son más agudos para percibir la negatividad de las campañas, pero reaccionan menos a ésta cuando se trata de votar.

Veamos los resultados del modelo estadístico, los cuales se presentan en el cuadro 53. Dado que la variable es dicotómica se empleó un modelo de regresión logística. Según estos resultados, el sexo del elector no importaba en la participación electoral en 2000, pero las mujeres fueron ligeramente más proclives a votar en 2006 que los hombres. La edad mantuvo un efecto significativo en la participación, siendo ésta más probable entre los electores de mayor edad que entre los jóvenes. Por otro lado, la escolaridad también fue un determinante fundamental de la participación, con los mexicanos más escolarizados siendo significativamente más probables de acudir a las urnas que los menos escolarizados.

Los resultados del análisis indican que los efectos del partidismo sufrieron algunas variaciones en 2006, con respecto a los observados seis años antes. Si bien los partidistas duros se mantuvieron como los más proclives a participar en la elección, los blandos casi no se distinguieron de los independientes y de los apolíticos en su propensión a acudir a las urnas en 2006. Esto refleja lo que ya se había comentado con base en la evidencia de las encuestas de salida: la elección de 2006 tuvo una mayor proporción de votantes independientes que la de 2000 (ver también Moreno y Méndez, 2007). Este hallazgo se confirma con el modelo de votantes probables utilizando datos derivados de las encuestas preelectorales. Pero en esta, como posiblemente en muchas otras acciones y actitudes políticas, la diferencia más marcada se da con respecto a los partidistas duros, y no tanto entre los blandos y los independientes. Patterson comenta que “los académicos han hecho notar que la mayoría de los [electores] que se autodescriben como independientes se comportan como partidistas de closet (Patterson, 2002: 43), en ocasiones expresándose más partidariamente que los partidistas débiles.

En el modelo mostrado en el cuadro 53, las posturas de izquierda y derecha no resultaron significativas en 2000, pero en 2006 sí parecen haber tenido un mayor efecto en la participación electoral. Podría pensarse que esto es resultado del mayor tamaño de la muestra empleada en las encuestas de 2006, lo cual es parcialmente cierto pero el efecto de la ideología también fue mayor. Las probabilidades estimadas de acudir a votar que se derivan del modelo muestran que, ciertamente, los electores con esas orientaciones ideológicas fueron, en general, más proclives a votar en 2006. De hecho, los electores de izquierda y los de derecha es más probable que

voten que los de centro. Este parece ser un efecto similar al del partidismo: aquellos electores con una predisposición política más intensa suelen mostrar un mayor grado de acción política. Ya Philip Converse había notado estas diferencias en el comportamiento de los ideólogos y los no ideólogos desde los años cincuenta en Estados Unidos (Converse, 1964).

Cuadro 53
Determinantes de la participación electoral, 2000 y 2006
(Regresión logística de votantes probables)

	2000		2006	
	B	Sig.	B	Sig.
Sexo (mujer)	-.061		.128	*
Edad (directa)	.015	***	.015	***
Escolaridad (Prepa + superior = 1)	.501	***	.641	***
Partidista fuerte	.824	***	.722	***
Partidista débil	.311	***	.115	
Izquierda (1-4)	.174		.197	*
Derecha (7-10)	.131		.165	*
Opinión del candidato del PAN (0-10)	.049	***	.067	***
Opinión del candidato del PRI (0-10)	.001		.025	**
Opinión del candidato del PRD (0-10)	.028	*	.079	***
Índice de exposición a medios (4-16)	.249	***	.161	***
Constante	-4.230	***	-3.877	***
Porcentaje de predicción correcta	68.1		64.8	
Ji cuadrada del modelo	645.2		673.3	
Significación	0.000		0.000	
R cuadrada (Cox y Snell)	0.157		0.121	
R cuadrada (Nagelkerke)	0.209		0.161	
Casos en el análisis	3,788		5,235	

Niveles de significación estadística: *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05.

Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales (mayo a junio).

Los resultados del análisis de regresión que se muestran en el cuadro 53 también indican que los efectos de las opiniones acerca de los principales candidatos presidenciales en la participación fueron distintos en 2000 y 2006. La opinión favorable hacia el candidato del PAN ha sido, en ambos casos, un fuerte determinante de la participación (y, como ya se ha discutido, los panistas han sido en ambas elecciones más proclives a salir a votar que los priístas o los perredistas en su conjunto). En contraste, las opiniones acerca de los candidatos del PRI y del PRD, cuyo efecto fue de nulo a moderado en 2000, en la elección de 2006 fueron variables mucho más in-

fluyentes en la propensión a participar. La opinión acerca de Labastida en 2000 no tuvo ninguna influencia en la participación, pero sí la que se tenía sobre Madrazo en 2006. No obstante, el primero contaba con un porcentaje más alto de seguidores de su partido que el segundo. El hecho de que las opiniones acerca de Labastida no hayan movilizado una mayor participación es indicador de que había priístas que no salieron a votar, como ya se ha mencionado en otros lados (Moreno, 2004), pero también de que las campañas negativas de ese año (de las cuales el priísta fue un blanco principal) pudieron haber tenido un efecto desmovilizador del voto tricolor.

En el caso de las opiniones acerca de los candidatos del PRD, los resultados del análisis indican que López Obrador tuvo un efecto más movilizador en 2006 que Cárdenas en 2000. Esto sugiere que un candidato con mayores probabilidades percibidas de triunfo, como López Obrador, en una contienda cerrada, como la de 2006, puede generar mayor participación entre sus seguidores que un candidato con menos oportunidades de ganar una elección. Ese no sería necesariamente el caso del PRI en 2006 (hay que recordar que la menor proporción de priístas que apoyaban a Madrazo fue más propensa a votar que la mayor de priístas que lo hacían con Labastida), pero sí del PRD, por lo que la afirmación no puede generalizarse.

Finalmente, el efecto de la exposición a las noticias se mantuvo como uno de los principales determinantes de la participación electoral en ambas elecciones. Entre mayor es la información –medida con el indicador de exposición a noticias– más alta es la probabilidad de que el elector acuda a votar. No obstante, el relativo debilitamiento del coeficiente de esta variable en 2006 sugiere que la información pudo haber desempeñado un papel movilizador ligeramente menor que en la elección de 2000.

En suma, el partidismo fuerte, el nivel de información, las opiniones favorables acerca de los candidatos, la escolaridad y la edad, fueron determinantes muy significativos de la propensión a votar, mientras que el sexo y las posturas ideológicas fueron factores que influyeron dicha conducta de una manera más moderada, aunque significativa. Las principales diferencias entre la elección de 2000 y la de 2006 radican, precisamente, en el hecho de que el sexo cobró más importancia, en que la ventaja de participación de los partidistas blandos se redujo frente a los independientes, que las posturas ideológicas se volvieron más importantes en la participación, y que las opiniones acerca de los candidatos tuvieron efectos mixtos: el foxismo fue un catalizador de la participación de sus seguidores, mientras que el labastidismo y el cardenismo fueron una influencia nula y moderada, respectivamente, en la propensión a salir a votar.

Cuadro 54
 Probabilidades de votar según la identificación partidista de los electores,
 2000 y 2006

	2000	2006
Muy panista	0.63	0.63
Algo panista	0.48	0.46
Muy priísta	0.53	0.58
Algo priísta	0.40	0.43
Muy perredista	0.58	0.65
Algo perredista	0.44	0.49
Independiente	0.38	0.44
Apolítico	0.35	0.42

Nota: probabilidades derivadas del modelo en el cuadro 53.

Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2000 y 2006.

El análisis mostrado en el cuadro 53 nos permite derivar las probabilidades estimadas de ir a votar para algunos subgrupos de electores con particular interés teórico. Por ejemplo, el cuadro 54 muestra las probabilidades promedio de salir a votar según la identificación partidista de los electores. Como puede apreciarse, los electores con más posibilidad de que salieran a votar en 2000 fueron los panistas duros (con una probabilidad de .63), seguidos por los perredistas duros (con .58). En ese año, los independientes tenían una probabilidad de acudir a las urnas de .38, apenas por debajo de los priístas blandos, quienes promediaron una probabilidad de .40. En 2006, los panistas duros mantuvieron la misma probabilidad de salir a votar (.63), pero en esta ocasión fueron superados por los perredistas duros, quienes promediaron .65. En general, tanto los priístas como los perredistas fueron más proclives a salir a votar en 2006 de lo que habían sido en 2000. Si bien el candidato del PRI no se benefició de esta tendencia, dado el menor porcentaje de priístas que había en el electorado, el del PRD sí sacó ventaja de una mayor movilización de perredistas, quienes eran más numerosos en 2006 que seis años antes. Es decir, en 2006 no sólo había más perredistas en el electorado sino que, además, éstos estaban más dispuestos a salir a votar. Ambos fenómenos se combinaron para impulsar al PRD al año electoral más exitoso en lo que va de su historia.

Por otro lado, los electores independientes también fueron ligeramente más proclives a salir a votar en 2006, lo cual fue un beneficio

adicional para López Obrador, quien obtuvo la mayor proporción de apoyo entre ese segmento de votantes. En 2000, los independientes tenían una probabilidad promedio de acudir a las urnas de 0.38, pero ésta aumentó a 0.44 en 2006. En las dos elecciones, los menos probables de votar fueron los apolíticos, ese grupo no mayor a 5 por ciento del electorado total.

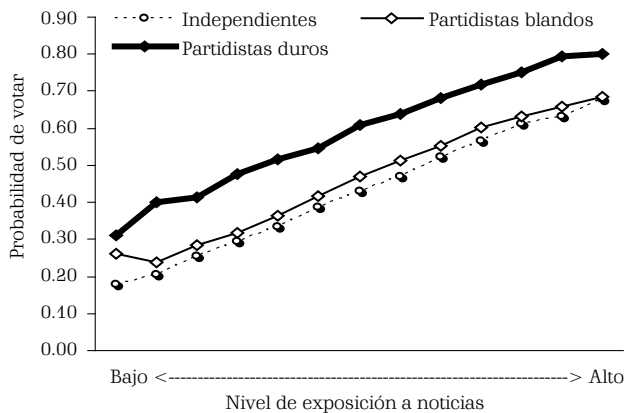
En general, los partidistas duros fueron los más propensos a votar en ambas elecciones presidenciales y, como lo indican los datos en la gráfica 28 referentes a la elección de 2006, su probabilidad de salir a votar aumentaba conforme su nivel de información era mayor. En la gráfica se muestran las probabilidades de votar según la intensidad del partidismo y el nivel de información. Los extremos de participación en esta gráfica están representados por los electores independientes con un bajo nivel informativo, quienes registraron una probabilidad promedio de votar menor a .20, y los partidistas fuertes altamente informados, cuyo promedio respectivo fue de casi .80. Lo anterior se asemeja al efecto observado por Patterson (2002), quien mostró que el partidismo fuerte con un mayor nivel cognoscitivo es la combinación más participativa en las elecciones a lo largo de la segunda mitad del siglo xx en Estados Unidos, mientras que el apartidismo desinformado es la combinación menos participativa en ese mismo periodo. Los datos mostrados en la gráfica 28 indican que un partidista altamente informado puede llegar a ser cuatro veces más probable de que acuda a las urnas que un independiente desinformado. Como puede apreciarse, la probabilidad de votar en 2006 casi aumentaba de manera monótonica para cada nivel de mayor información, y en todo caso era más probable que los partidistas duros votaran que los blandos y éstos, a su vez, más que los independientes, aunque en esta última comparación las diferencias no son tan estadísticamente significativas.

Entre las diversas variables individuales de la participación consideradas en este estudio, la influencia que la exposición a las noticias ejerce en la propensión a votar es una de las más importantes; sin embargo, el poder explicativo de esta variable se redujo ligeramente en 2006, comparado con el que mostró en la elección de 2000. Esto se deduce a partir del debilitamiento de su coeficiente correspondiente mostrado en el cuadro 53. Esto también puede apreciarse gráficamente a partir de las probabilidades estimadas con el modelo de votantes probables que se presenta en ese mismo cuadro. Por otro lado, la gráfica 29 muestra las probabilidades de votar de

los electores independientes para cada nivel de información. El cambio de la pendiente de 2000 a 2006 es una representación gráfica que confirma el debilitamiento del coeficiente de regresión correspondiente al grado de exposición de noticias. Además, en esta gráfica se puede apreciar que era ligeramente menos probable que los electores más informados en 2006 salieran a votar que en 2000. Estos resultados se basan solamente en el segmento de los electores independientes, pero este mismo comportamiento también se observa en el caso de los partidistas, tanto duros como blandos. La variable que era el determinante más importante de la participación electoral en 2000 siguió siendo muy relevante en 2006, pero con una influencia un tanto debilitada.

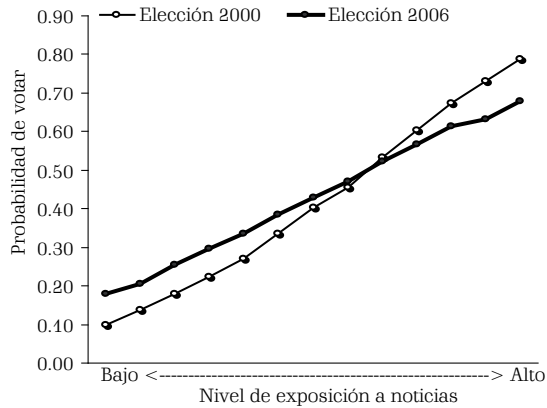
Junto con la información y el partidismo, el efecto observado de las posturas ideológicas como factores de la participación revela un hallazgo políticamente muy relevante. Los electores de izquierda y los de derecha son más proclives a votar que los de centro. Esto crea un efecto polarizador de la participación electoral. Si bien los comicios atraen más a los partidistas duros que a los independientes, dichos sucesos políticos también parecen ser más atractivos para los electores con una orientación ideológica de izquierda o de derecha que para los moderados o centristas. Las probabilidades estimadas de salir a votar para los electores que se ubican en los diversos puntos de la escala ideológica se muestran en la gráfica 30.

Gráfica 28
Probabilidad de votar según la identificación partidista de los electores y el nivel de exposición a noticias, 2006



Nota: Probabilidades derivadas del modelo en el cuadro 53.
Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2006.

Gráfica 29
 Probabilidad de votar de los independientes
 según el nivel de exposición a noticias, 2000 y 2006

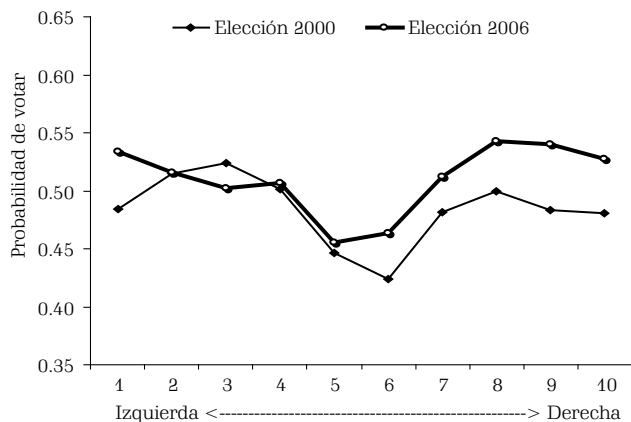


Nota: probabilidades derivadas del modelo en el cuadro 53.
 Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2000 y 2006.

Esta gráfica representa un retrato ideológico de la participación electoral en México, tanto en la elección presidencial de 2000 como en la de 2006. En la primera los electores de izquierda, esos que apoyaban a Fox, como se vio en el capítulo V, tenían una mayor probabilidad de votar que los de derecha, y estos últimos, a su vez, una más alta que los de centro. En contraste, en 2006 los votantes de derecha fueron ligeramente más propensos a votar que los de izquierda, y estos últimos, a su vez, más que los de centro. En ambos casos, el candidato del PAN pudo haberse beneficiado por una mayor participación de sus respectivos nichos ideológicos: Fox, por haber atraído a una proporción importante de votos de la izquierda, y Calderón, por haber tenido su mejor desempeño en la derecha. Este hallazgo sugiere que los candidatos presidenciales del PAN probablemente han sido, en general, más exitosos en movilizar a sus coaliciones de electores que los candidatos de otros partidos. No obstante, la extrema izquierda fue más propensa a votar en 2006 que en 2000, lo cual benefició a López Obrador. Lo más sorprendente de la información presentada en la gráfica 30 es que las elecciones mexicanas parecen ser no sólo un llamado a los electores más partidistas, sino también a aquellos que se identifican con las alas ideológicas del espectro político, la izquierda y la derecha. Este no

sólo es un fenómeno del 2006, cuando ambas ideologías se utilizaron como un factor de movilización de apoyo electoral, sino también de 2000, cuando el debate ideológico estuvo mucho más ausente. Aun así, en ese año la propensión a votar fue mayor entre los electores de izquierda y de derecha que entre los de centro.

Gráfica 30
Probabilidad de votar según la orientación ideológica de los electores,
2000 y 2006



Nota: probabilidades derivadas del modelo en el cuadro 53.
Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales, mayo a junio 2000 y 2006.

En resumen, el modelo general de participación en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 demuestra que: 1) los partidistas duros son más propensos a votar que el resto del electorado; 2) la imagen de los candidatos es un factor de movilización electoral, pero sus efectos varían de una elección a otra, dependiendo precisamente de quién es el candidato y de qué tan cerrada se percibe la contienda; 3) el nivel de información es un determinante fundamental de la participación electoral, aunque sus efectos se debilitaron ligeramente en 2006, en comparación con los de 2000, y 4) la participación es ligeramente más común entre los electores que se ubican en las posturas ideológicas de izquierda y de derecha que entre los centristas.

La comparación de todos estos aspectos de la participación en las dos elecciones presidenciales nos permite armar una descripción general acer-

ca de quién es más probable y quién es menos probable que vote en México. Sin embargo, cada elección puede tener sus propias particularidades y las encuestas preelectorales pueden incluir distintos aspectos específicos que nos permiten tener un entendimiento más detallado acerca de esa elección en particular, así como de otras variables no consideradas en el modelo general de participación hasta aquí descrito. En las siguientes dos secciones se desarrollan modelos específicos de participación con base en la evidencia de cada elección presidencial.

UN MODELO ESPECÍFICO DE LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL INDIVIDUAL EN 2000

En esta sección se presenta un modelo más específico de la participación electoral a nivel individual en México en la elección de 2000. El modelo utiliza algunas de las variables del modelo general arriba discutido y añade otras que resultan teóricas y empíricamente relevantes para establecer explicaciones acerca de quién asiste a votar, quién no y por qué. El modelo se basa exclusivamente en la encuesta preelectoral de junio de 2000. De nuevo, la variable dependiente corresponde a la estimación de los probables votantes utilizados en el análisis anterior. Las variables independientes reflejan la depuración de un modelo originalmente especificado, quedando sólo aquellas que lograron tener un mínimo y aceptable nivel de significación estadística. Como tales se incluyeron la edad, la escolaridad, la intensidad de la identificación partidista, el grado de exposición a noticias, el conocimiento de la fecha de la elección, la opinión acerca del Instituto Federal Electoral, si el individuo está seguro de por cuál candidato votará en la elección o si aún siente que podría cambiar su decisión, si ha persuadido a otros de votar por algún candidato en particular, las probabilidades subjetivas de que Vicente Fox resultara ganador de la contienda, y algunas percepciones sobre el carácter negativo de las campañas.

Ahondemos un poco sobre el sustento teórico de estas variables. El modelo general discutido anteriormente ya había mostrado que la edad y la escolaridad tienen una relación positiva con la probabilidad de voto: quizás por su falta de interés en la política, los electores jóvenes son, en promedio, menos proclives a asistir a las urnas el día de la elección que los mayores. A su vez, la escolaridad provee a los individuos de los recursos

y habilidades para ser más autónomamente participativos en la jornada electoral. El partidismo implica un mayor nivel de participación en la política y, entre más intenso es éste, más probable es que el elector vote. Asimismo, los electores que se muestran más interesados en el proceso electoral, y están más convencidos acerca de alguna de las opciones políticas, son más propensos a participar. Tal es el caso de quienes no sólo toman una decisión de votar, sino que también inciden en otros, mediante la persuasión, de tomar una u otra postura política. Los electores que buscan persuadir a otros para votar por cierto candidato reflejan un mayor interés y participación políticos y, por lo tanto, también una mayor probabilidad de asistir a votar en las elecciones.

Por su parte, el grado de exposición a noticias tiene dos componentes: por una parte refleja un mayor interés político y, por otro, un más alto nivel de información acerca de los procesos electorales. Así, un mayor grado de exposición a las noticias está fuertemente asociado con una mayor probabilidad de asistir a votar. La información política, directa o mediada, es un fuerte catalizador de la participación electoral autónoma. El efecto de la información se ve también reflejado en el simple hecho de saber cuándo se llevarán a cabo los comicios, por lo que un mayor conocimiento de este dato factual incrementa las probabilidades de votar el día de la elección.

Una mayor confianza en el proceso electoral también está asociada con una probabilidad de votar más elevada. En las primeras etapas del modelo se incluyeron distintas variables de cultura política como las actitudes hacia la democracia y la confianza en las instituciones políticas. Las actitudes de apoyo a la democracia así como de fraude y de posibles conflictos pos-electorales no resultaron estadísticamente significativas, por lo que se retiraron de la especificación final del modelo. En 2006, sin embargo, como se verá en la siguiente sección, la actitud hacia la democracia cobró mayor relevancia y resultó ser uno de los determinantes principales de la participación electoral en ese año. Pero a ese punto volveremos más adelante. Entre este tipo de variables “culturales”, la única importante fue la opinión acerca del Instituto Federal Electoral, que refleja la confianza ciudadana hacia esa institución. Esto resulta muy relevante porque una mejor opinión del IFE está asociada con una mayor propensión a votar el día de la elección. Como institución que organiza y vigila las elecciones, y que además suele lanzar campañas para promover el voto, el IFE desempeña un papel fundamental en la participación. El presente análisis mostrado aquí de-

muestra que, además de haber sido una institución crucial en el desarrollo de la democracia en el país, la confianza ciudadana en el IFE se tradujo también en participación electoral.

Otros componentes que influyen muy significativamente en la probabilidad de votar son las percepciones de campaña. Por una parte, la probabilidad subjetiva de triunfo que se asigna de manera individual a un candidato puede ser un factor determinante en la decisión de votar o no hacerlo. En el caso del 2000, las percepciones de que Vicente Fox podía resultar ganador de la contienda fueron una fuerte influencia en que, quien así lo creía, independientemente de su orientación partidaria o su intención de voto, fuera más probable de salir a votar que alguien que no percibía un posible triunfo del candidato panista. En contraste, las probabilidades subjetivas de triunfo de Francisco Labastida o de Cuauhtémoc Cárdenas no resultaron estadísticamente significativas en el análisis. El mensaje de la campaña de Fox que sostenía que “ya ganamos, nos vemos el 2 de julio”, pudo haber desempeñado un papel importante en difundir la creencia de que, efectivamente, un triunfo foxista era posible. Otros mensajes televisivos en los que se mostraban resultados de encuestas favorables a Fox eran tan sólo parte de esta idea generalizada de que la contienda estaba muy cerrada y que cualquiera de entre Fox y Labastida podían levantarse con el triunfo. Sin embargo, sólo las percepciones de una victoria foxista estuvieron fuertemente asociadas con la probabilidad de votar el día de la elección; no las percepciones de un triunfo labastidista.

Otro efecto de las campañas en la participación electoral, que está bien documentado en la literatura de Estados Unidos, es el de las campañas negativas. De acuerdo con algunos estudios, cuando los candidatos y sus partidos las usan para atacarse con frecuencia y concentrar sus mensajes en el descrédito personal o institucional más que en las propuestas y los temas, ello reduce la participación electoral, ya que llevan a los electores a cierto hartazgo, principalmente a los independientes, con información que consideran deplorable (Ansolabehere e Iyengar, 1995). Evidencia derivada del Estudio Panel México 2000 también sugiere que la campaña negativa tuvo importantes efectos en la participación en la elección presidencial de 2000 (Moreno, 2004a). Las percepciones de negatividad pudieron haber tenido un papel relevante en disminuir la participación electoral en ese año, especialmente de un segmento de los priístas. La evidencia presentada aquí apunta en esa dirección.

El cuadro 55 presenta los resultados del modelo de participación electoral en 2000. Al igual que el modelo general anterior, se utilizó una regresión logística con variable dependiente dicotómica. Como se puede apreciar, todas las variables salvo una (las percepciones de negatividad) son estadísticamente significativas a un nivel menor a 0.05 y, en la mayoría de los casos, incluso menor a 0.01. La decisión de haber incluido las percepciones sobre la negatividad de las campañas presidenciales en el modelo responde al hecho de que esta variable está muy cerca de alcanzar un nivel de significación estadística de 0.05. El coeficiente indica que las percepciones sobre la negatividad de las campañas actuaron en detrimento de la participación electoral, de acuerdo con la evidencia de la elección presidencial de 2000, aunque su efecto no fue tan fuerte como el de otras variables.

Cuadro 55
Modelo específico de la participación electoral en 2000
(Regresión logística de votantes probables)

	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
Edad	0.02	***
Escolaridad	0.21	***
Intensidad de partidismo	0.28	***
Grado de exposición a noticias	0.22	***
Sabe la fecha completa de la elección	0.49	**
Opinión acerca del IFE	0.08	*
Está seguro de por quién votar	0.38	*
Ha persuadido a otros sobre el voto	0.57	**
Percepción de que Fox gane	0.45	**
Percepciones de campaña negativa	-0.27	a
Constante	-4.66	***
% de predicción correcta	70.80	
Ji-cuadrada del modelo	338.88	
Significación	0.000	
-2 log de la verosimilitud	1704.28	
R cuadrada (Cox y Snell)	0.20	
R cuadrada (Nagelkerke)	0.27	
Casos incluidos en el análisis	1,474	

Niveles de significación estadística: *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$.

^aEl nivel de significación en este caso fue 0.057.

Fuente: *Reforma*, encuesta preelectoral nacional en vivienda, junio 2000.

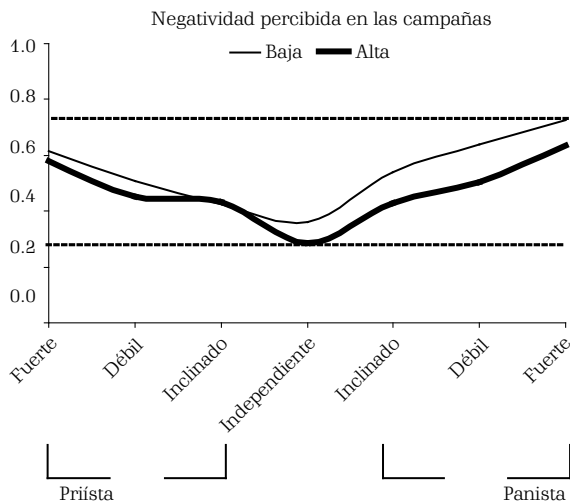
Al igual que en el modelo general mostrado con anterioridad, la variable más importante para explicar la probabilidad de votar el día de la elección es la exposición a las noticias. Ésta, como se muestra en el modelo del cuadro 55, explica la varianza en la probabilidad de voto al menos cuatro veces más que la segunda variable más importante del modelo, que es la intensidad del partidismo. Esta última variable confirma lo mencionado en la sección anterior: los partidistas duros fueron más proclives a votar que los blandos, y éstos, a su vez, que los independientes. El partidismo duro es más probable que asista a votar el día de la elección en cualquier nivel de exposición a medios, pero un elector independiente con grado medio o alto de exposición es más probable de votar que un partidista duro o blando con bajos niveles de exposición. La información desempeña una función importante como variable que media el comportamiento político de partidistas y no partidistas. Evidencia de esto ya se había mostrado e interpretado con base en las elecciones federales de 1997 (Moreno, 1999c). La estrecha relación entre información, partidismo y comportamiento político es uno de los rasgos importantes del elector mexicano. El partidismo influye claramente en la conducta, pero el nivel de información, en este caso representado por la exposición a las noticias, interviene en el alcance y la dirección de esa influencia.

Regresemos por un momento al papel que las campañas negativas desempeñan en detrimento de la participación electoral. ¿Es esta influencia más común entre los partidistas duros, entre los blandos, o entre los independientes? Como puede apreciarse en la gráfica 34, la probabilidad de votar fue, en general, más alta entre quienes no percibieron las campañas como muy negativas; por el contrario, tal probabilidad fue más baja entre aquellos que sí percibieron un alto grado de negatividad. Este es el caso para todos los niveles de la escala de identificación partidista –tomando en consideración sólo a priístas y panistas para efectos de una ilustración más sencilla y que toma a los punteros de la contienda de 2000– salvo en una categoría: los independientes con inclinación hacia el PRI tenían la misma probabilidad de votar sin que importaran las percepciones sobre las campañas negativas. Sin embargo, para los priístas, la brecha de participación entre las percepciones de alta y baja negatividad de campaña fue menor que entre los panistas.

¿Qué significa esto? En primer lugar, que los panistas, en general, eran más proclives a votar que los priístas, como se ha dicho hasta ahora, y segundo, que los panistas (incluidos los duros, los blandos y los inclina-

dos) todavía tenían más probabilidades de votar si no percibían las campañas como negativas que aquellos priistas que estaban en la misma condición. De acuerdo con las estimaciones del modelo, los panistas duros con baja percepción de negatividad tenían una probabilidad de votar de 0.73, mientras que los priistas duros tenían una de 0.62. La brecha de participación era, pues, de 0.11 puntos de probabilidad entre los partidistas duros de baja percepción negativa, mientras que tal brecha era tan sólo de 0.06 puntos entre los panistas y priistas de alta percepción (0.64 y 0.58, respectivamente). Esta misma lógica se repite para los partidistas blandos o débiles y para los independientes con inclinación partidaria.

Gráfica 31
 Probabilidad de votar según las percepciones de campaña negativa y el grado de identificación partidistas de los electores, junio de 2000



Fuente: *Reforma*, encuesta nacional preelectoral, junio 2000. Probabilidades de voto estimadas con base en el modelo de regresión logística mostrado en el cuadro 55.

Los electores con menos probabilidades de participar eran los independientes puros, como se ha mencionado, pero las percepciones de campaña también marcaban una diferencia importante en este caso: los independientes con bajas percepciones de negatividad en las campañas tenían una probabilidad promedio de votar de 0.36, mientras que los independientes con alta percepción de negatividad tenían una de 0.29. En este caso

se observa un efecto de la negatividad percibida en la participación que es consistente con lo que encontraron Ansolabehere e Iyengar (1995) en Estados Unidos. En suma, la negatividad pudo haber tenido efectos importantes en la participación electoral del 2000: una mayor negatividad percibida en las campañas era más probable de traducirse en abstención, principalmente entre los electores independientes.

UN MODELO ESPECÍFICO DE LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL INDIVIDUAL EN 2006

En esta sección se desarrolla un último modelo de participación electoral en escala individual, ahora basado en el contexto y mediciones específicas de la elección de 2006. En este caso se utiliza la encuesta panel CNEP-III realizada en México en ese año, tanto en su muestra preelectoral de junio, como su componente poselectoral de julio. En el análisis, la variable dependiente continúa siendo la estimación de votantes probables en un formato dicotómico. Muchas de las variables independientes se repiten (sexo, edad, escolaridad, identificación partidista, posturas ideológicas, opiniones sobre los candidatos presidenciales y el grado de información política representado por la exposición a las noticias), pero también se añaden otras de particular interés, no sólo para la elección de 2006, sino para comprender mejor los determinantes de la participación electoral en México de una manera más general.

Entre las variables específicas añadidas a este modelo se encuentra una medida de conversación política (parecida a la variable de persuasión utilizada en el modelo de 2000). Este indicador representa el grado en que los entrevistados hablan de política con otras personas, mostrando ya no sólo su propensión a persuadir a otros (como en el caso de análisis de 2000) sino una actitud más generalizada de interés e intercambio de información política con otras personas. Un elector que busca persuadir de sus puntos de vista es, en general, más participativo que otro que no busca persuadir. Aunado a ello, el modelo de 2006 sugiere que un elector que es más propenso a charlar con otras personas acerca de las campañas es mucho más probable que vote que aquellos electores que no toman parte en conversaciones de carácter político.

El modelo incluye también una variable que indica si el entrevistado fue o no contactado directamente por algún partido político durante la

campana. Las explicaciones de participación basadas en la movilización (Rosenstone y Hansen, 1993) esperarían que un mayor esfuerzo de los partidos por contactar y movilizar a sus electores debería traducirse en una mayor participación. Esa expectativa es la que guía la inclusión de esa variable en el análisis.

Otras tres variables incluidas en el modelo hacen referencia a las actitudes hacia la democracia: la creencia de que esa es la mejor forma de gobierno; el nivel de satisfacción con la forma como la democracia está funcionando en el país, y la opinión de que las elecciones en México son libres y equitativas. La expectativa es que entre más prodemocráticos sean los puntos de vista de los electores mayor sea su participación electoral; por otro lado, si la satisfacción con la democracia es mayor, la probabilidad de acudir a las urnas también debería aumentar y, por último, la percepción de que las elecciones son libres y equitativas debería atraer a más electores a emitir su sufragio.

El modelo incluye dos variables adicionales que pudieran tener un efecto movilizador, tanto en la teoría como en la práctica. Uno es el uso de los programas sociales que, si bien se ha demostrado que tienen un efecto en las preferencias electorales (Moreno, 1996a; Díaz-Cayeros *et al.*, 2006), pocos han sido los esfuerzos para analizar sus posibles efectos en la participación electoral. Por ejemplo, lo que se ha concluido acerca del efecto de dichos programas en el voto es que un elector que recibe beneficios de programas federales es, en promedio, más probable que apoye al partido gobernante que un elector que no recibe tales beneficios. Pero ahora reformulemos esta situación: ¿es más probable que vote un elector que recibe beneficios de programas federales que uno que no los recibe? En otras palabras, ¿tiene la asistencia gubernamental un efecto en las tasas de participación?

Finalmente, una de las típicas explicaciones de la participación es la pertenencia a organizaciones y, de manera más general, la inmersión del elector en redes sociales. Para evaluar el efecto de éstas en la participación en México se incluyó un indicador de pertenencia a por lo menos dos organizaciones. Esta es la única variable de todas las mencionadas para este modelo que se midió en la ronda poselectoral del estudio panel CNEP-III en México, por lo que el modelo se presenta en dos versiones: una con variables exclusivamente registradas en la ronda preelectoral, y otro en el que, además de esas mismas variables, se incluye el indicador de redes sociales.

Los resultados del modelo se presentan en el cuadro 56. Veamos primero las estimaciones del modelo preelectoral (en el que no se considera el indicador de redes sociales derivado de las entrevistas posteriores a la elección). Este modelo confirma el efecto significativo de la variable sexo en 2006, con las mujeres ligeramente más proclives a votar en ese año que los hombres. La edad y la escolaridad también se confirman como determinantes importantes de la participación electoral, como ya se había mostrado con los modelos anteriores. Esto quiere decir que distintas fuentes de evidencia empírica han demostrado el poder explicativo de estas variables en la participación electoral. El modelo también confirma el peso de la identificación partidista en la conducta del elector el día de la elección: los partidistas duros se inclinan más a salir a votar que el resto del electorado. En este caso se utilizó una variable que indica únicamente la intensidad del partidismo y no su dirección. De una manera similar, las orientaciones de izquierda y derecha se agruparon para diferenciarlas de las posturas centristas. Sin embargo, en este modelo el efecto de las posturas ideológicas en la participación no resultó estadísticamente significativo, ni de esta forma agrupada ni por separado.

Cuadro 56
Modelo específico de la participación electoral en 2006
(Regresión logística de votantes probables)

	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
Sexo (mujer = 1)	0.229	*	0.199	
Edad (directa)	0.013	***	0.012	**
Escolaridad (Prepa + superior = 1)	0.501	***	0.479	**
Intensidad partidista (independiente, débil, fuerte)	0.215	**	0.299	***
Ideología: Posturas extremas (izquierda o derecha)	0.216		0.206	
Opinión sobre Felipe Calderón (0-10)	0.006		0.019	
Opinión sobre Roberto Madrazo (0-10)	0.034	*	0.025	
Opinión sobre López Obrador (0-10)	0.045	**	0.045	*
Índice de exposición a medios (4-16)	0.065	***	0.049	**
Índice de conversación sobre temas de política	0.160	***	0.151	***
Lo contactó algún partido	0.117		0.172	
La democracia es el mejor sistema	0.517	***	0.573	***
Satisfacción con la democracia	0.203	**	0.193	**

	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
Las elecciones son libres y equitativas	-0.015		-0.002	
Beneficiarios de programas federales	0.137		0.206	
Redes sociales (pertenece a dos o más organizaciones) ^a	-		0.129	
Constante	-4.782	***	-4.708	***
% de predicción correcta	68.50		67.20	
Ji-cuadrada del modelo	326.999		237.594	
Significación	0.000		0.000	
-2 log de la verosimilitud	2204.350		1654.844	
R cuadrada (Cox y Snell)	0.162		0.158	
R cuadrada (Nagelkerke)	0.217		0.212	
Casos incluidos en el análisis	1853		1379	

Niveles de significación estadística: *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$.

^aLa variable de redes sociales se midió en la segunda ronda del panel, el resto de las variables son de primera ronda.

Fuente: Estudio panel CNEP-III México, rondas preelectoral y poselectoral, junio-julio 2006.

Las opiniones acerca de los candidatos presidenciales tienen efectos mixtos en la propensión a participar. Este modelo indica que las opiniones favorables a López Obrador fueron un catalizador mucho más significativo que aquellas respecto a Felipe Calderón. Esto es consistente con los modelos anteriores, en el sentido de que los perredistas de 2006, en particular los duros, fueron más proclives de votar. Esto se debe, en parte, a las percepciones de un posible triunfo de su candidato. Sin embargo, los resultados son inconsistentes con lo mostrado previamente acerca de que los panistas (quienes más expresaban una opinión favorable acerca de Calderón) son los que, en su conjunto, suelen votar más. Esta distinción sugiere que, si bien las opiniones acerca de los candidatos están fuertemente influenciadas por el partidismo, éstas distan de ser un mero reflejo de esa predisposición política.

El grado de información política, representado por el indicador de exposición a noticias, de nuevo resulta un fuerte determinante de la participación electoral. Los mexicanos más informados suelen votar en mayor proporción que los desinformados. Además de esto, la conversación sobre temas políticos también tuvo efectos muy significativos en la propensión a votar. Entre más participa el elector en conversaciones sobre las campañas y los candidatos, mayor es la probabilidad de que acuda a las urnas el día de la elección.

Sin embargo, la variable que mide el grado de contacto de los partidos con los electores no resultó estadísticamente significativa, lo cual significa que, por lo menos en 2006, la movilización directa no generó una mayor participación. Es probable que la reforma electoral de 2007, en la que se restringió el uso de medios para las campañas electorales, obligue a los partidos y a sus candidatos a movilizar apoyo y participación puerta por puerta. De ser así, el efecto observado del contacto directo de los partidos con los electores debería verse reflejado en la participación en las próximas elecciones.

Por otra parte, la convicción de que la democracia es el mejor sistema político resultó ser un fuerte determinante de la participación electoral en 2006. En el capítulo IX se muestra que la convicción democrática se ha expandido en México en los últimos años, pero la evidencia de este capítulo es que también es un catalizador de la participación electoral. No obstante, este hallazgo abre un cuestionamiento importante que debe abordarse en investigaciones futuras: ¿por qué, si el apoyo a la democracia en México ha aumentado, la participación política ha disminuido? Por otro lado, la satisfacción con la democracia también tuvo efectos significativos en la participación electoral de 2006: los mexicanos más satisfechos con el funcionamiento de la democracia fueron más proclives a salir a votar que aquellos que se mostraban insatisfechos. A pesar de este efecto evidentemente positivo del apoyo a la democracia y la satisfacción con esa forma de gobierno en la participación, la creencia de que las elecciones son libres y equitativas no resultó un factor significativo. Un mexicano convencido de que la elección cumple con los requisitos para ser democrática no lo hace más propenso a votar que otro que cree que las elecciones no son tan libres ni tan equitativas.

Como puede observarse en los resultados del análisis estadístico, los programas sociales tampoco tuvieron un efecto significativo en la participación de 2006. Los beneficiarios de programas como Oportunidades o el Seguro Popular no eran más propensos a votar que los electores que no lo eran. Sin embargo, esto hay que analizarlo con mayor profundidad, antes de afirmar que los programas sociales no son movilizadores del electorado. Si tomamos en consideración que el nivel socioeconómico –y en particular la escolaridad– es un determinante muy importante de la propensión a votar, entonces los beneficiarios de programas sociales –quienes en promedio tienen un menor nivel socioeconómico y escolar que los no beneficiarios– deberían ser significativamente menos propensos a acudir a las urnas. Por ejemplo, la encuesta CNEP-III 2006, de donde se derivan estos datos, muestra

que, entre los beneficiarios de Oportunidades, el porcentaje que dijo tener una escolaridad superior o universitaria era de 6 por ciento, mientras que la proporción de universitarios entre los beneficiarios del Seguro Popular era de 15 por ciento. En el caso de quienes dijeron no contar con un apoyo de ningún programa, la proporción de universitarios era de 21 por ciento. Dado el significativo efecto de la escolaridad en la participación, los no beneficiarios deberían ser, efectivamente, más propensos a votar que quienes sí se benefician de dichos programas. Sin embargo, de acuerdo con los resultados del modelo estadístico mostrado en el cuadro 56, ese no es el caso. Es factible, entonces, que un efecto hasta ahora no muy conocido de los programas sociales del gobierno federal sea el de cerrar la brecha de participación entre los electores con mayores y menores recursos socioeconómicos. En otras palabras, la ausencia de significación estadística en el coeficiente de los beneficiarios de programas sociales es una señal, en este caso, de un posible efecto movilizador. De otra manera el coeficiente tendría que ser negativo y estadísticamente significativo.

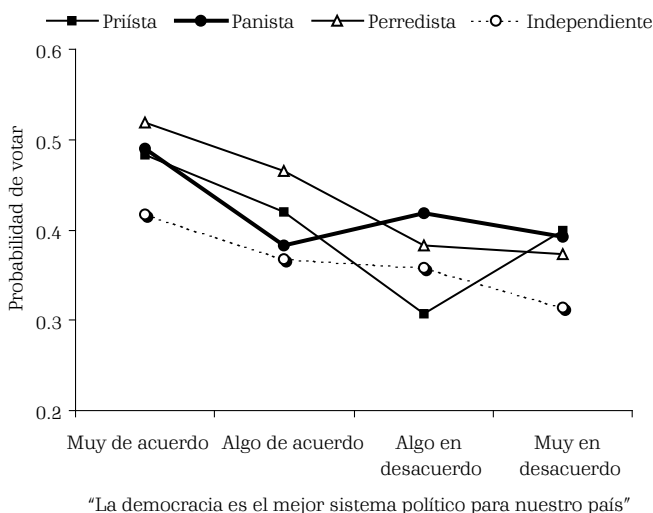
Por último, la variable que representa las redes sociales no tuvo ningún efecto significativo en la participación electoral. Los mexicanos relativamente más organizados en asociaciones no fueron más propensos a votar que los menos organizados. Esto significa que un mayor nivel de asociación no se traduce en participación electoral en el país. El análisis que incluye esta variable, por cierto, borró el efecto significativo de la variable sexo. Esto refleja el hecho de que, en general, y con la excepción de las organizaciones religiosas, los hombres tienden a ser parte de organizaciones en mayor medida que las mujeres.

Como una parte final de este análisis, las gráficas 32 y 33 muestran las probabilidades promedio de salir a votar de los subgrupos partidarios e ideológicos según su actitud hacia la democracia. De manera general una actitud más favorable a la democracia está asociada con mayores probabilidades de votar; sin embargo, al desagregar esta probabilidad por partidismo y posturas ideológicas se observan algunas diferencias. Por ejemplo, los panistas que están muy de acuerdo en que la democracia “es el mejor sistema de gobierno” para el país registraron una probabilidad más alta de votar, pero los panistas que solamente están de acuerdo con esa idea fueron tan probables como los que no están de acuerdo. Otra diferencia inmediatamente notable es que, si bien los independientes suelen ser menos proclives a votar que los partidistas, resalta el hecho de que los priistas moderadamente en desacuerdo con la democracia son los que menor pro-

babilidad de votar registraron, incluso por debajo del nivel de los independientes que compartían esa misma opinión acerca de la democracia. Una última característica observada en la gráfica 32, que contiene los datos desagregados por partidismo, es que los perredistas de 2006 sí fueron más propensos a votar que los panistas, pero sólo en tanto estuviesen convencidos de que la democracia es la mejor forma de gobierno; de lo contrario, entre el electorado con una menor convicción democrática los panistas fueron más propensos a acudir a las urnas que los perredistas.

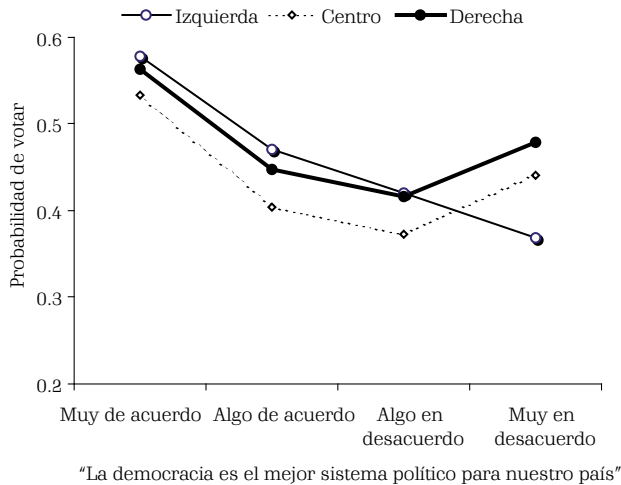
En el caso de las orientaciones ideológicas, las posturas de izquierda y de derecha son más participativas que el centro, en lo general, pero la izquierda con menos convicción democrática es la menos propensa a votar. Esto quizás haya influido en la encuesta de 2006 para que el efecto observado no haya sido significativo. La interpretación inmediata de todos estos datos es que el consenso democrático es un factor de voto y participación entre los seguidores de los principales partidos políticos y de las principales corrientes ideológicas, pero la falta de apoyo a la democracia es un factor que actúa en detrimento de la participación electoral, principalmente entre los priistas, los perredistas y los electores de izquierda.

Gráfica 32
Probabilidad de votar según las actitudes hacia la democracia y el grado de identificación partidista de los electores, junio de 2000



Fuente: Estudio panel CNEP-III México, ronda preelectoral, junio de 2006.

Gráfica 33
 Probabilidad de votar según las actitudes hacia la democracia
 y la postura ideológica de los electores, junio de 2000



Fuente: Estudio panel CNEP-III México, ronda preelectoral, junio de 2006.

En suma, los resultados del análisis estadístico de la participación electoral en 2006, con base en una estimación de votantes probables, muestra que: 1) la edad, la escolaridad, el partidismo y el grado de seguimiento de información política son determinantes fundamentales de la participación autónoma en el país; 2) otras formas de participación, como la discusión de temas políticos con otras personas, también tiene un fuerte efecto en la propensión a votar; 3) los esfuerzos de los partidos para contactar directamente a los electores no tuvo un efecto significativo en la participación; 4) las actitudes de apoyo a la democracia resultaron una fuerte influencia para que las personas salieran a votar en esa elección, así como también los niveles de satisfacción con el funcionamiento democrático en el país; 5) la asignación de recursos a programas sociales, por lo general asociada con un mayor apoyo por el partido gobernante, no necesariamente hace a los beneficiarios de dichos programas más propensos a votar que los no beneficiarios; sin embargo, dadas la asimetrías en los recursos personales en esos dos tipos de electores (en particular la escolaridad), es probable que los programas sociales sí tengan un efecto reductor de la brecha en la

participación que de otra manera se esperaría observar, y 6) la medición de redes sociales, o grado de asociación, no resultó tener un efecto significativo en la asistencia a las urnas.

Todos estos modelos de participación basados en estimaciones pre-electorales de votantes probables nos permiten establecer algunas generalizaciones acerca de ese tipo de acción política, de manera que sepamos un poco más acerca de quién vota y quién no vota en México y por qué. Pero cambiemos ahora la pregunta: ¿por qué no votan muchos mexicanos? ¿Explicar la participación y encontrar sus determinantes también explica la abstención, o esta última requiere una atención especial? Para ayudar a responder esta interrogante, en la siguiente sección se analizan los datos provenientes de una encuesta realizada a abstencionistas en la elección presidencial de 2006, es decir, a una muestra de mexicanos que específicamente dijo no haber participado en los comicios.

UN RETRATO DEL ABSTENCIONISMO

Como una extensión de la encuesta nacional a la salida de las casillas que *Reforma* hizo el 2 de julio de 2006, los encuestadores que participaron en ese ejercicio también realizaron, el 2 y el 3 de julio, una encuesta en todo el país a personas que expresamente dijeron no haber votado. Esa encuesta tiene la limitación de que la muestra puede no ser representativa de toda la población abstencionista, ya que, como bien se sabe, hay muchas personas que tienden a decir que votaron cuando en realidad no lo hicieron. Sin embargo, la encuesta a abstencionistas también tiene la ventaja de que quienes confesaron no haber sufragado ofrecen, por medio de sus respuestas, una buena oportunidad para conocer las razones por las que se abstuvieron, así como su perfil sociopolítico. En esta sección final del capítulo el análisis es puramente descriptivo.

La encuesta se hizo a 798 personas con credencial para votar vigente pero que dijeron no haber acudido a emitir su sufragio. Dado que un buen número de las entrevistas se hizo el lunes 3 de julio a lo largo del día, la proporción de mujeres en la muestra fue más alta de lo esperado, lo cual tuvo que corregirse debido a que el electorado femenino fue ligeramente más propenso a participar en 2006 que el masculino, por lo que una sobrerrepresentación de mujeres en la población abstencionista no tendría sentido. Así pues, para el análisis de la encuesta se utilizó un ponderador

por sexo que corresponde a la proporción de hombres y mujeres en el electorado total.

El cuadro 57 presenta algunos comparativos de variables que ilustran las diferencias entre los mexicanos que salieron a votar el 2 de julio de 2006 y aquellos que decidieron no votar o no pudieron hacerlo. Como se mostró previamente con los análisis de votantes probables, los votantes *de facto* tienen, en promedio, un mayor nivel de escolaridad que los abstencionistas. La información de las encuestas a votantes y a abstencionistas confirma esa relación. Por ejemplo, la proporción con estudios universitarios es de 21 por ciento entre los votantes, frente a 9 por ciento entre los abstencionistas. En contraste, la proporción que tiene estudios hasta primaria es de uno de cada tres votantes (34 por ciento), mientras que casi representa la mitad entre los abstencionistas (47 por ciento). La distribución de partidistas también es muy diferente entre votantes y abstencionistas. Mientras que uno de cada tres votantes es un partidista duro y los independientes representan 35 por ciento, entre los abstencionistas la proporción de partidistas duros es de uno de cada cinco y los independientes representan casi la mitad (48 por ciento). Otra evidencia más de que los votantes son más partidistas y más escolarizados, mientras que los abstencionistas son menos partidistas y menos escolarizados. Este no es solamente un efecto puramente metodológico de las estimaciones de votantes probables, o de las muestras de las *exit polls*, sino una realidad del electorado mexicano.

Cuadro 57
Comparativo de votantes y abstencionistas
en la elección presidencial de 2006

	<i>Votantes</i> %	<i>Abstencionistas</i> %
Con escolaridad superior	21	9
Con estudios hasta primaria	34	47
Partidistas duros	32	20
Partidistas blandos	32	31
Independientes	35	48
Muy o algo interesado en las campañas	74	31
Votó en las elecciones de 2000	66	58
Votó en las elecciones de 2003	56	46

^aA los abstencionistas se les preguntó su interés en la política.

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional a votantes a la salida de las casillas, 2 de julio de 2006 (n = 5,815) y encuesta nacional domiciliaria a abstencionistas, 2 y 3 de julio de 2006 (n = 798).

Además de haber diferencias muy notables en su composición partidaria y en sus niveles de escolaridad, los abstencionistas también se diferencian de los votantes en su grado de interés político y en su conducta pasada. De acuerdo con la encuesta a abstencionistas, solamente 31 por ciento se dijo estar muy o algo interesado en la política. En contraste, 74 por ciento de los votantes manifestó haber seguido con mucho o algo de interés las campañas presidenciales. Si bien la pregunta que se les planteó no era exactamente la misma, la diferencia en el interés expresado es, de cualquier manera, muy diferente. La brecha de interés político entre votantes y abstencionistas es abismal. Asimismo, la conducta electoral pasada también revela algunas diferencias: los votantes de 2006 afirman haber votado en mayor proporción en las elecciones federales anteriores (2000 y 2003) que los abstencionistas. Esto, por supuesto, sería de esperarse. Pero también nos recuerda que, en un electorado creciente con tasas de participación a la baja, puede ser reflejo de que un mismo núcleo de electores son los que están saliendo a manifestar su preferencia electoral en los comicios.

Pero, ¿cuáles son las razones que dan los abstencionistas para no votar? ¿Qué es lo que más impide su participación en una jornada electoral? ¿Se trata puramente de desinterés, o también hay obstáculos institucionales, o simplemente es un reflejo del hartazgo con la forma como se manejan la política y las campañas? En la encuesta de abstencionistas se incluyó una serie de preguntas que nos pueden ayudar a formular una respuesta general a estos cuestionamientos.

El cuadro 58 presenta los porcentajes de respuesta que los abstencionistas dieron a varias preguntas acerca de sus actitudes y su conducta política. Por ejemplo, 46 por ciento dijo haber tomado la decisión de no votar el mismo día de la elección, lo cual sugiere que casi la mitad es potencialmente movilizable pero por alguna razón no acudió a votar. En contraste, 14 por ciento dijo haber tomado la decisión de abstenerse de votar durante los últimos tres meses de campañas, lo cual indica que algo relativo a éstas pudo haberlos desmovilizado. Otro 25 por ciento afirmó haber decidido desde mucho antes que no iba a votar, lo cual refleja un segmento de los abstencionistas que podríamos catalogar como los más alejados del proceso electoral, los abstencionistas menos susceptibles a una eventual movilización. De ellos, 60 por ciento dijo no haber votado en las elecciones de 2000, y 72 por ciento manifestó tampoco haber votado en 2003. En contraste, entre quienes dijeron haber decidido el mismo día de la elección que no iban a votar, sólo 34 por ciento dijo no haber participado en las elecciones de 2000 y 42 por ciento se abstuvo de participar en los comicios de 2003.

Cuadro 58

Conducta y actitudes de los abstencionistas en la elección presidencial de 2006

	<i>Abstencionistas</i> %
<i>¿Cuándo decidió no votar en las elecciones?</i>	
El mismo 2 de julio	46
Durante los últimos tres meses antes de la elección	14
Desde antes	25
No sabe	15
<i>¿No votó por decisión propia o por causas ajenas a su control?</i>	
Por decisión propia	40
Por causas ajenas a su control	58
No sabe	2
<i>¿Cuál es la razón principal por la que no votó?</i>	
No le dio tiempo	20
Tuvo otros compromisos o actividades	17
Problemas con su credencial de elector	12
No le interesó	11
Estaba de viaje	4
No le atrajo ningún candidato	5
Las campañas estuvieron muy agresivas	2
Se gasta mucho para ir a votar	2
No supo dónde votar	2
Esta elección no es importante	1
No sabía que había elección	1
Alguna otra razón	22
No sabe	1
<i>¿Los candidatos presidenciales podrían haber hecho algo para que usted votara en la elección?</i>	
No, nada	54
No criticarse ni atacarse tanto	11
Propuestas interesantes	9
Menos publicidad y propaganda	5
Más publicidad y propaganda	2
Alguna otra	6
No sabe	13

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional domiciliaria a abstencionistas, 2 y 3 de julio de 2006 (n = 798).

De acuerdo con la encuesta, 40 por ciento de los abstencionistas entrevistados dijo que la decisión de no votar fue propia, pero 58 por ciento comentó que su falta de asistencia a las urnas se debió a causas ajenas a

su control. La principal razón por la que no votaron los abstencionistas en 2006 fue la falta de tiempo, según 20 por ciento de los entrevistados, y 17 por ciento argumentó haber tenido otros compromisos o actividades. Al sumar estas dos opciones, 37 por ciento del electorado que no votó en esa elección explica su abstencionismo con base en un argumento de costo de oportunidad: tuvo otras cosas o deberes más importantes que salir a votar. Un 4 por ciento adicional dijo haber estado de viaje. En total, cuatro de cada 10 abstencionistas dieron razones en las que alguna otra actividad se antepuso a su participación electoral. La mayoría de quienes argumentaron que su abstencionismo se debió a razones ajenas a su voluntad se inscriben en alguna de estas explicaciones.

En contraste, 12 por ciento comentó que tuvo problemas con su credencial para votar, sin especificar si por extravío o por alguna otra razón particular, y 2 por ciento dijo que no supo dónde tenía que ir a votar. Sumando estas proporciones a un 14 por ciento, este segmento refleja aquellos electores que quedan impedidos de ejercer su sufragio debido a causas relativas con el registro (la credencial de elector es necesaria para obtener las boletas electorales) y la desinformación. Pero no hay que confundir la desinformación del tipo institucional con el desinterés. La encuesta revela que por lo menos 20 por ciento de los abstencionistas no fue a las urnas argumentando algún tipo de falta de interés en el proceso: 11 por ciento dijo expresamente que no le interesó votar, 5 por ciento que no le atrajo ningún candidato, 2 por ciento respondió que ir a votar le resultaba muy costoso, 1 por ciento que esta elección no ameritaba votar por no ser importante y otro 1 por ciento señaló que ni siquiera sabía que había elecciones. Esta falta de interés en los comicios no parece estar particularmente ligada con el proceso de 2006, sino con una actitud o apatía más general hacia la política. Por ejemplo, el 2 por ciento de los abstencionistas dijo haber tomado la decisión de no votar porque las campañas de 2006 fueron muy negativas, lo cual vincula a este pequeño segmento con una desmovilización por la forma en que se dieron o en que percibieron las campañas políticas. Finalmente, el restante 22 por ciento dio alguna otra razón no especificada en estas categorías generales.

Resumiendo esta información, casi cuatro de cada 10 abstencionistas no acudieron a las urnas porque votar compite con otras actividades y prioridades, alrededor de 20 por ciento se abstiene de votar por una manifiesta falta de interés en hacerlo, otro 14 por ciento podría verse en térmi-

nos procedimentales (por problemas con la credencial o por no haber podido ubicar su casilla), y 22 por ciento por otras razones no especificadas en la encuesta. ¿Podrían haber sido las cosas diferentes si hubiese dependido de los candidatos?

La encuesta de abstencionistas preguntó si los candidatos presidenciales pudieron haber hecho algo para que la persona entrevistada sí acudiera a votar. Dijo que no 54 por ciento; independientemente de lo que hicieran los candidatos, de cualquier manera no iban a votar. Esto sugiere que por lo menos la mitad de la población abstencionista de 2006 no era sensible a la movilización. Hay 11 por ciento que dijo que quizás hubiese votado si los candidatos no se hubieran atacado tanto, lo cual ilustra el posible efecto de las campañas negativas en el abstencionismo. De manera interesante, y contraria a la que se ha mostrado en Estados Unidos, no son los independientes quienes más destacan esta razón de abstención, sino los partidistas blandos. Al parecer, con base en esta información, el efecto desmovilizador de las campañas negativas en México puede ser mayor entre los partidistas blandos que entre los independientes, por lo menos ese parece haber sido el caso en 2006. Finalmente, 5 por ciento afirmó que con un poco menos de publicidad y propaganda de los partidos quizás hubiesen votado, lo cual refleja un mínimo pero considerable efecto de desmovilización por saturación de propaganda. En contraste, 2 por ciento dijo que le hubiese gustado ver más publicidad.

En suma, la encuesta de abstencionistas realizada en torno a la elección presidencial de 2006 muestra que: 1) efectivamente la escolaridad y el grado de partidismo son un determinante fundamental de la participación, por lo que se asocian, de manera contraria, al abstencionismo: los mexicanos menos escolarizados y menos afines a los partidos políticos es significativamente más probable de que no voten; 2) los abstencionistas están menos interesados en la política que los votantes y no sólo suelen abstenerse en una elección, sino que muestran un patrón de abstencionismo más recurrente; 3) casi la mitad de los abstencionistas dicen haber tomado la decisión de no votar el mismo día de la elección (argumentando principalmente otras actividades más importantes) y alrededor de 40 por ciento dijo que su conducta fue producto de una decisión propia (contrastando con 58 por ciento que argumentó razones ajenas a su control). Esto quiere decir que alrededor de la mitad del electorado abstencionista de 2006 pudo haber votado, y la otra mitad básicamente se hubiera mantenido alejado

de las urnas, es decir, difícilmente era un electorado movilizable (poco más de la mitad dijo que los políticos no podían haber hecho absolutamente nada que los hiciera salir a votar). Entre las explicaciones de desmovilización de los que sí eran movilizables destacan aspectos de campaña, tales como el uso de la publicidad, de las campañas negativas, y un mayor número de propuestas interesantes. Si la reforma electoral de 2007 realmente hace que esos patrones de campaña cambien, es posible esperar un ligero repunte de la participación en las elecciones venideras. Sin embargo, estos datos dejan muy claro que, por lo menos la mitad de los abstencionistas de 2006, difícilmente tendrán un interés o motivación para asistir a votar en otras elecciones.

Percepciones sobre la democracia y el sistema de partidos

A lo largo de este libro se han analizado distintas variables que influyen en la conducta electoral del mexicano. Algunas de ellas son rasgos de largo plazo y otras influencias de corto término, pero todas se han considerado para plantear un modelo de decisión de voto, es decir, una explicación lo más cercana posible de ese trascendental fenómeno. La importancia del voto radica en que la democracia, en su más mínima acepción posible, implica la competencia por el poder mediante elecciones libres y limpias, con la posibilidad de una participación abierta e incluyente (Schumpeter, 1942/1976; Lipset y Lakin, 2004). Bajo esos requerimientos mínimos, la democracia es hoy una realidad en el país.

El votante mexicano, al emitir su sufragio, hace efectiva esa realidad. Pero, ¿lo hace consciente de que está ejerciendo no sólo un derecho o un deber cívico, sino también influyendo en la decisión de quién gobierna? ¿Qué opinan los mexicanos hoy en día acerca de la democracia? ¿Se ha arraigado el concepto en la cultura política nacional? ¿Hay tal cosa como una cultura política nacional? En las dos últimas elecciones presidenciales ha votado la mayoría del electorado, y en la más reciente elección legislativa, la de 2003, un poco más de 40 por ciento. En esas ocasiones, los votantes han elegido entre las opciones políticas que se les presentan, que compiten por su voto. Pero, ¿qué opinan los mexicanos acerca de los partidos, de los políticos, de las instituciones? ¿Qué percepciones predominan acerca del nuevo sistema de partidos y de la manera como éste ha evolucionado? Más aún, ¿qué opinan los propios políticos acerca del sistema de partidos que se ha gestado en las dos últimas décadas? ¿Que implicaciones para el futuro de nuestra vida política como mexicanos tienen todas esas percepciones?

En este capítulo se intenta dar respuesta a este tipo de preguntas. El propósito no es presentar un estudio exhaustivo sobre el estado actual de

la cultura y los valores políticos de los mexicanos. Para eso hay otros trabajos relativamente recientes que pueden suplir la información a quienes sientan curiosidad al respecto (Camp, 2004; Moreno, 2004, 2002a; Moreno y Méndez, 2002; Buendía y Moreno, 2004; Moreno, 2005; Coleman y Parás, 2006; Secretaría de Gobernación, 2003, 2005, 2007). Además, en los últimos 10 años se han producido importantes obras que sitúan a la cultura política mexicana en una perspectiva comparativa (Inglehart, 1990, 1997; Inglehart y Baker, 2000; Inglehart y Welzel, 2005; Halman *et al.*, 2008; Inglehart, Nevitte y Basáñez, 2008). Muchos de esos trabajos se guían bajo las premisas establecidas en el estudio pionero de Almond y Verba (1963/1989), *La cultura cívica*, en el cual se argumentó que las actitudes masivas hacia la democracia estaban vinculadas con la estabilidad y el funcionamiento de ese sistema político. A partir de ese estudio, la literatura sobre la cultura política de la democracia no sólo floreció de manera importante, sino que, después de haber sido relegada por las crecientes explicaciones racionalistas de la conducta política, se ha dado un resurgimiento de las explicaciones culturalistas en los últimos años.

Tanto en su etapa pionera como en su resurgimiento, los estudios de la cultura cívica o democrática han establecido que las actitudes de los ciudadanos se relacionan estrechamente con su ambiente político e institucional. Inglehart y Welzel (2005) ofrecen un listado de las investigaciones más representativas de esa literatura e identifican tres enfoques dominantes en la relación entre cultura y democracia. Dichos enfoques podrían verse en un principio como complementarios, ya que uno se construye sobre las premisas del anterior; pero la centralidad de sus variables clave de hecho los hace, a juicio de Inglehart y Welzel, contrastantes y competitivos entre sí:

La investigación sobre cultura política se divide en tres perspectivas teóricas principales, y los seguidores de cada perspectiva enfatizan distintos tipos de valores masivos como los más importantes en el fortalecimiento de la democracia. A esas perspectivas las denominamos el enfoque de la legitimidad (o perspectiva de apoyo al sistema), el enfoque comunitario (o perspectiva de capital social) y el enfoque del desarrollo humano (o perspectiva emancipadora) (Inglehart y Welzel, 2005: 247).

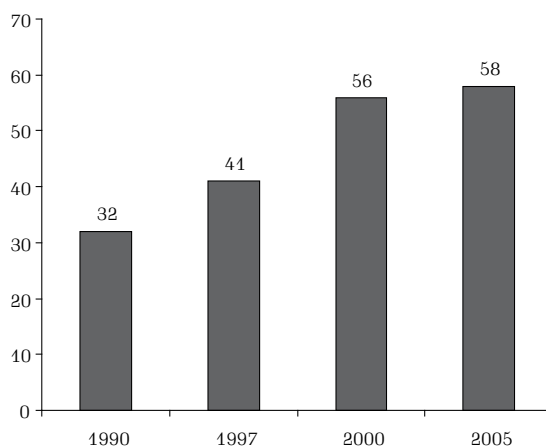
El enfoque de legitimidad, iniciado por David Easton a mediados del siglo xx, establece que “todos los sistemas políticos necesitan legitimidad, la cual obtienen si sus públicos apoyan a las instituciones específicas del

sistema y al sistema como un todo" (Inglehart y Welzel, 2005: 247). El enfoque comunitario, en el cual se inscriben obras como la de Putnam (1993), acepta la importancia del apoyo al sistema del enfoque anterior, pero "enfatisa los valores que vinculan a los ciudadanos a la vida pública cotidiana y que fortalecen sus lazos sociales y su lealtad a la comunidad" (Inglehart y Welzel, 2005: 247). Finalmente, la perspectiva de desarrollo humano, en la cual los mismos Inglehart y Welzel se adscriben, también da por hecho la importancia del apoyo al sistema y comparte la creencia en los valores cívicos comunitarios, pero pone un mayor énfasis en la elección humana, o *human choice*. Estos autores consideran que los valores más prodemocráticos son emancipadores y resaltan la libertad la elección y la expresión propia del individuo. "Los valores emancipadores le dan prioridad a la libertad individual sobre la disciplina colectiva, a la diversidad humana sobre la conformidad grupal, y a la autonomía cívica sobre la autoridad del Estado" (Inglehart y Welzel, 2005: 248).

Estos tres enfoques han tenido recientemente importantes esfuerzos de investigación empírica en México. Por ejemplo, el enfoque de la legitimación ha tenido una vibrante productividad de reportes de América Latina coordinados por Mitchell Seligson, por medio del Proyecto de Opinión Pública Latinoamericana (LAPOP), incluidos un par de informes sobre México (Buendía y Moreno, 2004; Coleman y Parás, 2006). El enfoque de capital social también tiene algunos trabajos que lo mantienen vigente en el país, aunque casi todos ellos apuntan más a la falta de organización, al bajo nivel de confianza social y a la mínima participación del mexicano en su entorno, lo cual ha tenido como resultado bajos niveles de trabajo voluntario por vías formales (Layton, 2006; Butcher, 2007). La descripción que hizo Octavio Paz desde mediados del siglo pasado acaso era un presagio en ese sentido: más que un ser inmerso en redes sociales y que confía en los demás, el mexicano suele encontrarse solo en su laberinto y suele guiarse por una cultura de sospecha y desconfianza. Finalmente, la perspectiva de desarrollo humano también se ha analizado en México por medio de la Encuesta Mundial de Valores, la cual ha ofrecido una prueba empírica de que el mexicano de hoy se siente más libre de elegir, pone un mayor énfasis en las prioridades posmaterialistas y ha trazado una trayectoria de cambio en sus valores hacia la autoexpresión (Moreno, 2005). En la gráfica 34 se muestra, por ejemplo, el aumento en el sentido de libertad que los mexicanos experimentaron entre 1990 y 2005. Este aumento coincide con cambios que reflejan procesos de apertura en lo político (la transformación

de un sistema de partido dominante a un sistema competitivo de partidos), en lo económico (la transformación de un modelo de desarrollo cerrado y que miraba al interior de sí mismo a otro que se ha abierto poco a poco al comercio y a la competencia) y en lo social (con una sociedad que se ha diversificado en sus creencias, sus actitudes y sus estilos de vida).

Gráfica 34
El aumento en el sentido de libertad en México, 1990-2005
Porcentaje que siente mucha "libertad de elegir y control sobre su propia vida"
(Códigos 9-10 de una escala de 10 puntos)



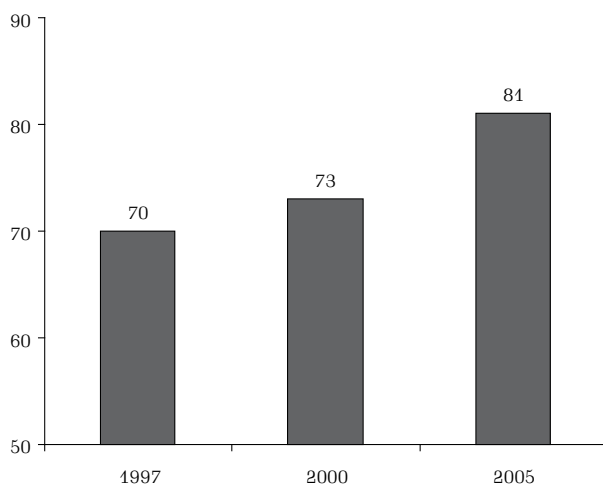
Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México, 1990 (n = 1,531), 1997 (n = 1,511), 2000 (n = 1,535) y 2005 (n = 1,560).

Cada uno de estos tres enfoques relaciona a los ciudadanos con su sistema político, reflejando, consciente o inconscientemente, la evolución del concepto mismo de democracia. Dicho concepto ha evolucionado de manera importante, desde sus planteamientos minimalistas de mediados del siglo pasado, hasta los planteamientos liberales de los años noventa y que están tan de moda hoy en día. Estos últimos atribuyen un carácter democrático no sólo a los procesos de elección de los líderes políticos, sino prácticamente a todo aspecto de la vida del individuo. Conforme su concepción liberal, la democracia no sólo se hace efectiva en las elecciones, sino también en otros aspectos que extienden el alcance de lo que se considera democrático (ver Diamond, 1999). Si bien los discursos y expectativas teóricas de la democracia liberal y del desarrollo humano son muy atractivos

hoy en día, ya que apelan a las diversas áreas de acción y decisión de la persona, también es cierto que cada vez ponen la barra más alta para considerar si un país es democrático o si una cultura o una persona lo son.

En México, el apoyo a la democracia como sistema político ha aumentado notablemente en los últimos años. De 70 por ciento que consideraba en 1997 que “tener un sistema político democrático” era bueno o muy bueno, la proporción creció a 81 por ciento en 2005. Esto puede apreciarse en la gráfica 35. Este cambio ha situado a México dentro de un menor rango de varianza en el apoyo democrático que se observa en otras sociedades. Los datos del cuadro 59 indican que la proporción de mexicanos que consideran que tener democracia es bueno es muy similar al que se observa en otras sociedades denominadas como “democracias emergentes”, como Rusia, Ucrania o Polonia, y no está muy lejos del nivel observado en las democracias avanzadas, como Estados Unidos, Francia y Gran Bretaña. Si nos conformamos con un enfoque de legitimidad, basado en este amplio apoyo a la democracia, seguramente estos números resultarían muy alentadores y nos permitirían concluir que los mexicanos son muy democráticos.

Gráfica 35
Apoyo ciudadano a la democracia en México, 1997-2005
Porcentaje que opina que “tener un sistema político democrático”
es bueno o muy bueno



Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México, 1997 (n = 1,511), 2000 (n = 1,535) y 2005 (n = 1,560).

Sin embargo, si subimos la barra o el estándar de lo que es una cultura democrática, es claro que aún persisten actitudes que ponen en duda que muchas de las creencias y de los hábitos de los mexicanos sean democráticos. Por ejemplo, en el país predomina la desconfianza hacia las instituciones (Buendía y Moreno, 2006; Catterberg y Moreno, 2006), la falta de un sentido de representación política, un amplio sentido de ineficacia política y de intolerancia (Moreno 2007b), así como un generalizado desapego a la legalidad y una fuerte propensión a la corrupción (Catterberg y Moreno, 2007). Es muy probable que estos contrastes mantengan ocupados a quienes tienen interés por medir los cambios en estos indicadores hasta que se identifiquen umbrales mínimos por los cuales podamos considerarnos más democráticos. Seguramente para entonces el concepto mismo de la democracia habrá tenido nuevos ajustes y transformaciones que habrán subido la barra aún más alto.

Cuadro 59
Apoyo ciudadano a la democracia en 35 países, 2005

	<i>“Tener un sistema político democrático” es...</i>				
	<i>Muy bueno</i> %	<i>Bueno</i> %	<i>Malo</i> %	<i>Muy malo</i> %	<i>Muy bueno + bueno</i> %
Suecia	76	22	2	0	98
Alemania (occ.)	65	31	3	1	95
Italia	64	32	4	1	95
Rumania	54	41	4	1	95
Argentina	52	43	3	2	95
Nueva Zelanda	60	34	3	3	94
China	34	59	5	1	94
Taiwán	33	60	6	0	93
Vietnam	58	35	5	2	93
Chile	42	50	6	2	93
Zambia	67	25	6	2	92
Malasia	44	48	7	2	92
India	52	40	6	2	92
Uruguay	55	36	7	2	91
Canadá	56	35	6	3	91
Holanda	42	48	7	2	91
Brasil	30	60	7	2	90
Finlandia	39	51	9	1	90
Gran Bretaña	58	32	6	4	90
Australia	59	31	7	3	90

“Tener un sistema político democrático” es...

	<i>Muy bueno</i> %	<i>Bueno</i> %	<i>Malo</i> %	<i>Muy malo</i> %	<i>Muy bueno + bueno</i> %
Francia	49	41	8	2	90
Hong Kong	40	79	9	2	89
Japón	35	53	9	2	88
Iraq	55	34	8	4	88
Estados Unidos	46	41	10	3	87
Guatemala	28	60	11	2	87
Eslovenia	47	40	9	3	87
Bulgaria	33	54	10	3	87
Colombia	27	60	11	2	87
Polonia	24	60	13	2	84
México	26	55	12	1	81
Ucrania	36	45	14	5	80
Serbia	35	45	13	7	80
Rusia	24	56	15	5	80
Corea del Sur	24	55	17	4	79

Fuente: Encuesta Mundial de Valores y Estudio Europeo de Valores, 2005 (n = 62,498 total, n = 47,697, correspondientes a los países mostrados en el cuadro; por razones de espacio no se presentan algunos países incluidos en esta ronda del estudio).

En un libro sobre comportamiento electoral como este, ¿no debería entenderse la democracia precisamente en su faceta minimalista, como el arreglo institucional que permite la competencia libre del liderazgo político por el apoyo popular mediante elecciones libres y limpias? Si los teóricos de la democracia pueden perdonar este atrevimiento, parece que, efectivamente, el concepto minimalista debería ocuparnos la mayor atención en este último capítulo. No porque sea lo más deseable, sino porque parece lo más congruente. El votante elige entre las opciones que compiten por su apoyo. Por lo tanto, hay que examinar tanto la forma en que el elector percibe esas opciones, así como la forma en que esas opciones se perciben a sí mismas.

En este capítulo se recurre a encuestas que han medido las actitudes y percepciones de los ciudadanos mexicanos no sólo hacia la democracia en su conjunto, sino hacia los diversos actores que en ella se desempeñan, como los líderes electos, los partidos políticos, los mecanismos de elección y el ciudadano mismo. También se recurre a encuestas realizadas a los propios políticos, o más precisamente, a los legisladores o representantes

populares. Aunque estos últimos estudios dan para un análisis mucho más detallado, lo que nos atañe en este capítulo es la forma en que ven y se ven en el nuevo sistema de partidos.

PERCEPCIONES DE LA DEMOCRACIA Y LOS PARTIDOS

Comencemos nuestro repaso volviendo por un momento al apoyo ciudadano a la democracia. De acuerdo con los datos recopilados en las más recientes encuestas de valores, el apoyo a la democracia ha aumentado. ¿Pero lo ha hecho de forma más o menos general entre los partidarios de las distintas fuerzas políticas o entre distintos segmentos de la sociedad? ¿Cuán amplio es el apoyo democrático si se segmentan distintos grupos relevantes del electorado? Una primera reacción es que el nivel de apoyo a la democracia no es el mismo entre todos los grupos políticamente relevantes del electorado.

Tomemos como un primer ejemplo al electorado por cohortes generacionales. Como se ha señalado en otras investigaciones (ver Moreno, 2007b), los mexicanos de diferentes generaciones han tenido distintas experiencias con la democracia. Esto nos lleva a plantearnos lo siguiente: si las teorías de socialización temprana son correctas (por ejemplo Beck y Jennings, 1982), entonces deberíamos poder encontrar diferencias generacionales significativas en las creencias y valores políticos de los mexicanos y, por qué no, también en su forma de ver a la democracia. De una manera un poco más impresionista que científica, en otro lado se trató de establecer las importantes diferencias en la socialización temprana de mexicanos de distintas generaciones (Moreno, 2006b), argumentando más o menos lo siguiente:

De las actuales generaciones que votaron en 2000 y 2006,

los mexicanos nacidos antes de los años cuarenta vivieron su socialización política temprana durante los “años dorados” del sistema de partido único, cuando la mayor parte de la sociedad era rural y analfabeta, pero con tiempos vibrantes de crecimiento económico. México era una nación emergente y el partido oficial y la presidencia de la República eran sus principales pilares y motores. Como tales, esas instituciones representaban el futuro y estaban llenas con el combustible ideológico de la Revolución mexicana, manteniendo unidas a las distintas piezas políticas de la sociedad bajo un solo partido. [...] En contraste, cuando los mexicanos nacidos en los años

ochenta se volvieron adultos, las elecciones no competitivas eran más la excepción que la regla, y esta generación ya veía muchos aspectos nuevos de la política que suele dar por hecho: las instituciones electorales ciudadanizadas y el gobierno dividido, por mencionar algunas. Esa generación más joven solamente ha visto ganar al PAN la presidencia durante su vida adulta. Los nacidos en 1988 votaron por primera vez para presidente en 2006, y sus votos se dividieron entre las opciones de izquierda y derecha de un nuevo espectro político, pero casi no votaron por el PRI. Cuando sus abuelos eran jóvenes, el PRI representaba el futuro y la única opción; pero, para ellos, el PRI representaba el pasado y ya no era una opción (Moreno, 2007b).

Entre esas dos generaciones hay, por supuesto, otras en medio: la de los cincuenta, la del 68, la de la crisis, y también una posterior, la generación del Tratado de Libre Comercio, nacida a partir de 1994, que tendrá su primera camada de votantes en la elección presidencial de 2012. ¿Cuáles serán los principales temas y asuntos que atraerán el interés político de los mexicanos nacidos con el TLCAN? ¿Tendrán más afinidad con la izquierda o con la derecha? ¿Serán moderados, participativos, críticos? Las respuestas a esas preguntas se irán contestando con la investigación por encuestas en los próximos años, pero no hay que ignorar que los mexicanos nacidos con el TLCAN cumplirán 15 años en 2009, por lo que la elección intermedia será muy probablemente su última observación de la política antes de que ellos mismos estén en condiciones de ejercer su voto. Por el momento, lo que nos ocupa es saber en qué medida los mexicanos apoyan a la democracia y cuáles son sus puntos de vista hacia los actores que en ella compiten.

Como puede apreciarse en el cuadro 60, los mexicanos nacidos antes de los años cuarenta son los que expresan un menor apoyo a la democracia, mientras que el cohorte generacional más joven es el que más apoyo democrático expresa, por lo menos ligeramente más que las dos generaciones que le preceden. Estos datos sugieren que el grueso del electorado, el nacido desde 1940 y hasta finales de los años ochenta, apoya a la democracia como sistema de gobierno por lo menos en 80 por ciento. Esto contrasta con 58 por ciento de apoyo democrático que expresa la generación nacida antes de 1940. ¿Refleja esto una mayor familiaridad de las generaciones jóvenes con este tipo de sistema político, o alguna nostalgia de las generaciones mayores por el sistema de partido único? Probablemente un poco de ambas, pero también una aspiración de muchos de ellos por dicho sistema político.

Cuadro 60
Apoyo ciudadano a la democracia en México
por segmento socio-político, 2005

	<i>“Tener un sistema político democrático” es...</i>	
	<i>Muy bueno / Bueno</i> %	<i>Malo / Muy malo</i> %
<i>Por año de nacimiento</i>		
Hasta 1939	58	22
1940-59	81	11
1960-75	83	12
1976-88	86	12
<i>Por escolaridad</i>		
Básica	67	19
Media	86	12
Superior	93	5
<i>Por identificación partidista</i>		
PRI	74	18
PAN	81	14
PRD	84	11
Independiente	84	10
Apolítico	60	12

Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México, 2005 (n = 4,560).

Si bien la democracia puede tener defectos y estar acompañada de ineficiencias, también ofrece una serie de condiciones que permiten al individuo una mayor libertad de elección. La democracia “institucionaliza libertades civiles y políticas, las cuales proveen a la gente las garantías legales para tomar decisiones libres en sus actividades públicas y privadas” (Inglehart y Welzel, 2005: 248). Esto pareciera particularmente atractivo para las sociedades cada vez más escolarizadas, incluyendo a la mexicana. En 1960, por ejemplo, por cada 100 mexicanos había solamente uno con estudios universitarios. En 2005, la proporción de nacionales con ese nivel educativo había crecido a 13.6 por ciento. Los datos del cuadro 60 dan evidencia de que los segmentos más escolarizados del electorado son los que mayor apoyo expresan a la democracia. En 2005, la proporción de encuestados con educación superior que opinaba que “tener un sistema político democrático” es bueno o muy bueno era de 93 por ciento; esta proporción bajaba a 86 por ciento entre los encuestados con educación

media y hasta 67 por ciento entre los de educación básica. La evidencia de que la escolaridad es una variable muy importante para explicar el grado de arraigo de los valores y convicciones democráticas ya se ha documentado en estudios previos (ver Moreno y Méndez, 2002).

Los mexicanos difieren en sus puntos de vista acerca de la democracia, ya sea por experiencias distintas de socialización temprana o por variaciones tanto en las habilidades cognoscitivas como en las aspiraciones que tienen puestas en ella. Lo que quizás sea más importante, políticamente, es observar si el apoyo a la democracia se da entre los diversos seguidores de las opciones políticas y no sólo entre algunos de ellos. El punto de esto radica en que la democracia no sea solamente un arreglo institucional que unos jugadores acepten y otros no, ya que en ese caso no habría consenso acerca de las reglas de juego. La tentación o propensión a salirse de la institucionalidad sería demasiado riesgosa. Para muchos politólogos, el consenso democrático es ver a dicho arreglo institucional como “las únicas reglas de juego”. Algunos dirían que si es la única opción, entonces no da lugar a la libertad de elegir. Por el contrario, es la única opción que, precisamente, abre la posibilidad de elegir y competir con total libertad por el voto, además de otros aspectos que garantizan las libertades civiles y políticas, así como la canalización del conflicto por vías no violentas (Lipset y Lakin, 2004).

¿Apoyan los seguidores de los partidos mexicanos a la democracia de una manera más o menos similar, o hay algunos que la apoyan más que otros? La Encuesta Mundial de Valores realizada en el país en 2005 mostró que el apoyo a la democracia es casi el mismo entre panistas, perredistas e independientes. En esos grupos, el porcentaje que considera que “tener un sistema político democrático” es bueno o muy bueno varía entre 81 y 84 por ciento. Los priístas, sin embargo, expresan un nivel ligeramente menor de apoyo a la democracia, de 74 por ciento. Podría pensarse que esto se debe, en parte, a que los seguidores de ese partido son de mayor edad. Pues, como se mencionó, el apoyo democrático en el país es menor entre ese tipo de electores. Para saber si esto es o no un efecto generacional, más que del partidismo, habría que examinar el apoyo a la democracia entre los cohortes generacionales más jóvenes, por grupo partidario. Por ejemplo, entre los electores priístas que nacieron a partir de 1960, el apoyo a la democracia aumenta ligeramente a 79 por ciento, pero la brecha con el grupo que más apoya a la democracia persiste, en este caso con los perredistas, quienes expresaron un apoyo a ese sistema político de 90 por ciento. Esto quiere decir que el

menor apoyo de los priístas a la democracia no se explica tan sólo por la edad, sino por el propio partidismo.

Los priístas apoyan ampliamente a la democracia, pero menos que los panistas, los perredistas o los independientes. ¿Por qué? ¿Acaso los priístas ven a la democracia con más reservas porque fue a causa de ella que el partido perdió el poder? Si fuera el caso, los priístas, que hoy están más convencidos de la democracia, seguramente han visto que a por medio de ella también pueden recuperarlo, por la vía del voto popular. La democracia fue descrita a principios de los años noventa como un sistema político donde “los partidos pierden elecciones” (Przeworski, 1991). Pero la razón por la que aceptan su derrota es que la democracia les ofrece la posibilidad de ganar en otro momento, de no quedar excluidos de la competencia. El simple hecho de que los seguidores de los distintos partidos expresen un amplio apoyo a la democracia, y no sólo los que ganan las elecciones, es una buena señal del arraigo que esta idea tiene en México. Los resultados de una elección pueden no gustarle a quienes no ven ganar a su candidato, o el grado de satisfacción con la democracia puede ser distinto dependiendo de quién controla el gobierno, pero eso es natural; lo importante para la democracia es que se vea consensualmente como un sistema político deseable por lo que es. En ese sentido, los apolíticos son los que menos apoyo dan a la democracia, aunque su apatía quizá no refleje una actitud exclusivamente contraria hacia esa forma de gobierno, sino hacia cualquier aspecto que tenga que ver con lo político.

Las encuestas realizadas en México demuestran que el apoyo y la confianza en la democracia de ninguna manera significan que se tenga confianza en las instituciones o en los partidos políticos, ni tampoco en los gobernantes. La misma encuesta de valores de 2005, en la que se muestra que 81 por ciento de los mexicanos adultos apoya a la democracia, también arroja indicadores que contrastan fuertemente con esa actitud. Por ejemplo, solamente 23 por ciento de los encuestados dijo confiar en los partidos políticos. Y esto no ha cambiado últimamente. Como puede apreciarse en el cuadro 61, en el año 2000, la encuesta de valores arrojó que 24 por ciento confiaba en esos institutos políticos. La confianza en la Cámara de Diputados es igualmente baja, de 25 por ciento en 2005, aunque con un ligero aumento con respecto a 2000, cuando se registró 24 por ciento. Estos datos revelan que, mientras que cuatro de cada cinco mexicanos tienen una convicción de que la democracia es un sistema político deseable, poco más de uno de cada cinco confía en los partidos o en la Cámara de Diputados. ¿Es este un rechazo directo y frontal a las instituciones? ¿Se cree, por ejem-

plo, que los partidos no son necesarios para la vida democrática? La respuesta inmediata es no; ése no es el caso.

Cuadro 61
Confianza ciudadana en instituciones políticas, 2000 y 2005

	2000 %	2005 %
<i>Confianza en los partidos políticos</i>		
Mucha o algo	24	23
Poca o nada	73	75
<i>Confianza en la Cámara de Diputados</i>		
Mucha o algo	21	25
Poca o nada	71	73

Fuente: Encuesta Mundial de Valores de México, 2005 (n = 1,560).

Poco más de dos tercios de los mexicanos consideran que los partidos políticos sí son necesarios para el funcionamiento de la democracia. Los datos recopilados por la encuesta CNEP-III en México en 2006, y mostrados en el cuadro 62, muestran que 71 por ciento de los encuestados en escala nacional dijeron estar de acuerdo con la frase “sin partidos políticos no puede haber democracia”. ¿Por qué, entonces, la discrepancia entre el amplio apoyo a la democracia como sistema y la amplia desconfianza hacia los partidos políticos? La respuesta la podemos formular a partir de varios datos derivados de la misma encuesta CNEP-III y mostrados en los cuadros 62, 63 y 64. En primer lugar, esa encuesta confirma el amplio apoyo a la democracia con otras preguntas formuladas de manera un poco distinta a la de la encuesta de valores: por una parte, 82 por ciento dijo estar muy o algo de acuerdo con la frase “la democracia es el mejor sistema político para un país como el nuestro”, mientras que 15 por ciento estuvo en desacuerdo. Por otra, 80 por ciento de los entrevistados dijo estar de acuerdo con la frase “la democracia puede tener problemas pero es el mejor sistema de gobierno”, mientras que 16 por ciento estuvo en desacuerdo. La primera pregunta se hizo antes de la elección presidencial y la segunda unos días después de los comicios. Ambas confirman la proporción observada en la encuesta de valores, realizada en noviembre de 2005, de que ocho de cada diez mexicanos tiene la convicción de que la democracia es un sistema de gobierno deseable, mientras que alrededor de 15 por ciento no está convencido de ello.

Cuadro 62
Actitudes hacia la democracia, los partidos y la política, 2006

	<i>Porcentaje</i>
La democracia es el mejor sistema político para un país como el nuestro	
Muy o algo de acuerdo	82
Muy o algo en desacuerdo	15
Sin partidos políticos no puede haber democracia	
Muy o algo de acuerdo	71
Muy o algo en desacuerdo	26
Los partidos políticos sólo sirven para dividir a la gente	
Muy o algo de acuerdo	75
Muy o algo en desacuerdo	22
La gente como yo no tiene ninguna influencia sobre lo que hace el gobierno	
Muy o algo de acuerdo	66
Muy o algo en desacuerdo	31
Los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo	
Muy o algo de acuerdo	78
Muy o algo en desacuerdo	20
Por lo general, la política parece tan complicada que la gente como yo no entiende lo que sucede	
Muy o algo de acuerdo	65
Muy o algo en desacuerdo	32

Fuente: CNEP-III México, ronda preelectoral, junio de 2006 (n = 2,014).

Cuadro 63
Rechazo a las formas de gobierno no democráticas, 2006

	<i>Hay varias maneras de gobernar un país. Para cada una de las siguientes alternativas, ¿diría usted que la aprueba o la desaprueba?</i>			
	<i>Aprueba</i> %	<i>Desaprueba</i> %	<i>Ninguna</i> %	<i>No sabe</i> %
Solamente se permite que un partido compita en las elecciones y ocupe cargos públicos	24	60	9	7
El ejército interviene en cómo gobernar el país	20	63	10	7
Las elecciones y el Congreso son abolidos de manera que el gobierno pueda decidir todo por sí sólo	18	65	8	9

Fuente: CNEP-III México, ronda post-electoral, julio de 2006 (n = 2,400).

Cuadro 64
Percepciones acerca de la democracia mexicana, 2006

	<i>Acuerdo</i> %	<i>Desacuerdo</i> %	<i>No sabe</i> %
La democracia puede tener problemas, pero es el mejor sistema de gobierno	80	16	4
En nuestro país, las elecciones son libres y justas	77	21	2
El voto de los ciudadanos es plenamente respetado	67	30	3
En México, todas las personas son iguales ante la ley	49	48	3
Las diferencias entre los partidos frenan el avance del país	76	20	4
Si la opinión de una persona es minoría, generalmente no cuenta	64	33	3
Algunos conflictos políticos se resuelven mejor movilizand o a la gente que a través de las instituciones	50	45	5

Fuente: CNEP-III México, ronda poselectoral, julio de 2006 (n = 2,100).

A pesar de esa amplia convicción democrática, es contrastante que las actitudes que los mexicanos tienen con relación a los partidos y los políticos tienden a ser negativas. Los encuestados por el proyecto CNEP-III, por ejemplo, 75 por ciento estuvo de acuerdo en que “los partidos políticos sólo sirven para dividir a la gente”, y el 76 por ciento también estuvo de acuerdo en que “las diferencias entre los partidos frenan el avance del país”. Pero, ¿son realmente estas posturas negativas hacia los partidos? La sociedad mexicana presenta marcadas divisiones o diferencias regionales, ideológicas, de clase, así como en sus preferencias económicas, sus valores y cosmovisiones. En teoría, los partidos políticos deberían ser capaces de representar muchas de esas diferencias o “divisiones”, de movilizarlas como parte de su apoyo político estable sin necesariamente ser polarizantes. Por otra parte, es natural que la democracia a veces frene el avance, haciéndolo más tardado, precisamente porque suele manejarse mediante acuerdos entre puntos de vista opuestos. Ese es parte del costo que un demócrata debe estar dispuesto a pagar por vivir en la democracia. Las discusiones retardan, los debates confrontan, los desacuerdos frustran, pero la democracia provee las condiciones para que no haya una exclusión de entrada, o una imposición violenta, o el rompimiento de algunos segmentos de la sociedad.

El grado de apoyo o rechazo a otras formas de gobierno no democráticas suele utilizarse también como un indicador del arraigo de la convicción de-

mocrática. En 2006, a preguntas expresas de la encuesta CNEP-III, la mayoría de los mexicanos rechazó la posibilidad de que en la política sólo hubiese un partido, o que el ejército asumiera las tareas de gobierno, o que las elecciones y el Congreso fueran abolidas. El rechazo al partido único se dejó ver con 60 por ciento de entrevistados que desaprobó ese escenario hipotético (aunque 24 por ciento sí lo aprobó). El rechazo a un gobierno militar quedó resaltado con 63 por ciento que dijo desaprobar que “el ejército interviniera en cómo gobernar el país” (aunque 20 por ciento dijo aprobar esa opción). Y el rechazo a la abolición de las elecciones y del Congreso se ilustra con el 65 por ciento que dijo desaprobar que se llevara eso a cabo “de manera que el gobierno pueda decidir todo por sí solo”. No a un sistema de partido único, no a un gobierno militar y no a un gobierno sin contrapesos ni mecanismos de responsividad. Sin embargo, las respuestas “no” a esas preguntas son mayoritarias, no absolutas. Entre una quinta y una cuarta parte de los mexicanos parece estar dispuesta a dar el “sí” a alguna de esas opciones autoritarias (que históricamente, de hecho, han ido juntas).

Volviendo a las actitudes que tienen que ver con una visión minimalista de la democracia, las encuestas realizadas en 2006 mostraron que la mayoría de los mexicanos ve con buenos ojos las elecciones. A pesar de las controversias generadas por la elección presidencial de ese año, y su secuela, 77 por ciento de las personas entrevistadas en los días posteriores a la elección dijo estar de acuerdo con que “en nuestro país, las elecciones son libres y justas”, y otro 67 por ciento dijo estar de acuerdo con que “el voto de los ciudadanos es plenamente respetado”. Esta confianza en las elecciones, en un momento en que no pocos las pusieron bajo sospecha, contrastan con otras percepciones más escépticas hacia otras áreas. Por ejemplo, los mexicanos están marcadamente divididos en el tema de si en el país hay o no igualdad de las personas ante la ley. Así, 49 por ciento opinaba en julio de 2006 que sí, que en el país “todas las personas son iguales ante la ley”, mientras que 48 por ciento no estaba de acuerdo con esa aseveración.

Quizás aunada a esa misma actitud está otra en un tema casi igualmente divisivo. Para algunos, sobre todo quienes se adscriben al enfoque de legitimidad institucional en el estudio de la cultura política democrática, la democracia debería ser capaz de canalizar el conflicto y el debate únicamente por las vías institucionales. De acuerdo con la encuesta realizada unos días después de la elección presidencial, cuando había llamados de protesta y de resistencia durante el conflicto poselectoral, así como la toma de Paseo de la Reforma en la Ciudad de México, 50 por ciento de los en-

cuestados dijo estar de acuerdo con que “algunos conflictos políticos se resuelven mejor movilizand o a la gente que a través de las instituciones”. Sin embargo 45 por ciento no estuvo de acuerdo con esa postura. ¿La falta de apego a la institucionalidad hace de los primeros un segmento antidemocrático? Desde un enfoque de legitimidad institucional tal vez sí. Pero desde el enfoque de los valores emancipadores de la democracia, no necesariamente. De acuerdo con Inglehart y Welzel (2005), las actividades de desafío a las elites (*elite-challenging*) “pueden tener un impacto significativo e independiente en la democracia, reflejando que esas actividades ponen presión en las elites para que sean más responsivas o para debilitar a los regímenes autoritarios. [...] Pero aunque las actividades de desafío a las elites suelen ejercer presiones a favor de la democracia, éstas también pueden ser dirigidas hacia fines no democráticos si no están vinculadas con valores de expresión propia”, esos que enfatizan las aspiraciones de libertad y elección humana (Inglehart y Welzel, 2005: 257).

Tomados a la ligera, muchos de estos resultados de encuestas podrían denotar un déficit en los valores democráticos de los mexicanos, contrastantes con el amplio apoyo que esa forma de gobierno tiene en el país. Sin embargo, sería miope tratar de entenderlos desde una óptica que se limita a buscar rasgos autoritarios e intolerantes. En teoría, y muy probablemente en la práctica, una democracia debiera ser también capaz de ofrecer las mejores condiciones para expresar el disenso, la confrontación de ideas y el debate, sin recurrir a la violencia.

Un aspecto más que se deriva de las encuestas de 2006 es el grado de eficacia política que perciben los mexicanos en sí mismos. La eficacia política se ha entendido como la manera como el individuo se ve a sí mismo frente a su ambiente político: ¿mis puntos de vista cuentan? ¿Se toman en consideración? ¿Les importa a los políticos lo que opino, lo que necesito, lo que quiero? ¿Soy capaz de obtener algún resultado favorable si me expreso? ¿Puedo, como ciudadano, hacer diferencia en algo? ¿Vale la pena el esfuerzo si los políticos y las autoridades no me escuchan?

De acuerdo con la encuesta preelectoral CNEP-III 2006, el sentido de ineficacia política es bastante amplio entre los mexicanos, pues 66 por ciento de los entrevistados en ese estudio afirmó estar de acuerdo con la frase “la gente como yo no tiene ninguna influencia sobre lo que hace el gobierno”; 78 por ciento aceptó que “los políticos no se preocupan mucho de lo que piensa la gente como yo”, y 65 por ciento concordó con la idea de que, “por lo general, la política parece tan complicada que la gente como yo

no entiende lo que sucede". ¿Por qué, si la mayoría de la gente se identifica con algún partido político, si la mayoría sigue las noticias por algún medio, si la mayoría confía en las elecciones, si la mayoría del electorado ha votado en los dos últimos comicios presidenciales, prevalece tal grado de percepción de ineficacia política? Las percepciones que se tienen acerca de los partidos nos pueden ayudar a formular algunas respuestas.

El cuadro 65 presenta una serie de preguntas planteadas en una encuesta nacional de *Reforma* realizada en noviembre de 2007. Según los resultados, 71 por ciento de los entrevistados considera que los partidos políticos se aprovechan de la gente; 74 por ciento cree que éstos velan sólo por su propio interés, en lugar de promover el bienestar de la gente, y 59 por ciento opina que los partidos son poco o nada transparentes con los recursos que se les asignan por medio del Instituto Federal Electoral. Además, 74 por ciento de los encuestados no se siente representado por ningún partido político y 70 por ciento tiene la opinión de que los partidos no rinden cuentas a la sociedad. ¿Por qué entonces los mexicanos continúan pensando que los partidos son necesarios para la democracia?

Cuadro 65
Percepciones acerca de los partidos políticos, 2007
(Porcentaje que dijo estar de acuerdo con cada punto de vista)

	Porcentaje
<i>En general, los partidos políticos...</i>	
Se aprovechan de la gente	71
Ayudan a la gente	20
<i>En su opinión, los partidos políticos son...</i>	
Grupos de personas que sólo ven por su propio interés	74
Instituciones que pueden promover el bienestar de la gente	17
<i>Los partidos políticos en México...</i>	
Son todos iguales, no se diferencian en nada	55
Tienen proyectos de gobierno e ideologías diferentes	41
<i>Con los recursos que les asigna el IFE, los partidos políticos son...</i>	
Muy o algo transparentes	35
Poco o nada transparentes	59
<i>¿Usted se siente representado por algún partido político?</i>	
Sí	25
No	74
<i>¿Cree que los partidos políticos rinden cuentas a la sociedad?</i>	
Sí	25
No	70

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional en vivienda, noviembre de 2007 (n = 1,530).

En estas respuestas aparentemente tan contradictorias hay que tratar de entender el razonamiento subyacente. Casi todas las mediciones de actitudes que se han reportado en este capítulo y que se derivan de encuestas recientes ayudan a que nos formemos una imagen de que los partidos son necesarios para la democracia, pero que, en su estado actual, no parecen estar respondiendo a las expectativas que los ciudadanos tienen puestas en ellos. ¿Cuáles son esas expectativas? Aunque tales preguntas no se formularon en la encuesta, lo cual sería muy interesante y muy útil saber de viva voz, algunas expectativas pueden deducirse por las respuestas minoritarias a las preguntas que sí se hicieron. Es muy probable que los ciudadanos esperen de los partidos acciones y decisiones que promuevan el bienestar de la gente, que los partidos asuman y hagan efectiva la representación política, y que los partidos rindan cuentas a la sociedad. Por lo menos estas expectativas se deducen de las preguntas planteadas en la encuesta. Pero, ¿realmente tienen los ciudadanos expectativas de los partidos? Dado que éstos son los que tienen la posibilidad de apelar al voto, de acceder al poder y de hacerse cargo de las decisiones y negociaciones legislativas, la respuesta más segura es sí. Y dado que éstos se financian con recursos públicos que se generan a partir de los impuestos que pagan los ciudadanos, nuevamente la respuesta más probable es sí. Es difícil pensar que la ciudadanía no tuviera ninguna expectativa de los partidos. De hecho, desde el momento en que la opinión mayoritaria es que los partidos sí son necesarios para la democracia, esto demuestra que la ciudadanía tiene expectativas depositadas en ellos.

Pero, ¿las expectativas son iguales hacia los partidos o son distintas? ¿Se espera lo mismo del PAN que del PRD o del PRI, o de los partidos llamados “emergentes”? Probablemente en algunos aspectos, como los mencionados en el párrafo anterior, sí. Se espera que los partidos –y los legisladores que se eligen por medio de ellos– cumplan una función de representación política, que sean transparentes, responsivos y que promuevan el bienestar de la gente, no sólo el propio. Por otro lado, también es probable que haya algunas expectativas diferenciadas para cada uno. Los mexicanos tienen distintas preferencias, valores y prioridades, y todas ellas no pueden ser representadas por un solo partido, ni todos podrían dar una respuesta a cada postura. Los partidos, por definición, son eso, tan sólo una parte de la complejidad social y política del país. En México, como en otras sociedades, hay valores y creencias que nos dividen. Muchas de ellas constituyen el contenido de la legislación y de la política pública.

Últimamente, y en parte por los debates al respecto en Estados Unidos, las elecciones se han visto cada vez más como pugnas entre visiones políticas no solamente opuestas, sino hasta polarizadas, guiadas por valores fundamentalmente distintos. La elección y la reelección de George W. Bush desataron un fuerte debate en torno al peso de los valores no sólo en la decisión electoral sino también en la conformación de las actuales coaliciones que constituyen los estados azules y los rojos (con mayoría demócrata y republicana, respectivamente). La literatura al respecto no es fácil de describir en un espacio como este, pero se enfoca a probar si efectivamente las diferencias valorativas existen, cuál es su efecto y cómo nos ayudan a entender la dinámica política actual en ese país (ver, por ejemplo, White, 2003; Fiorina, 2005; McCarty *et al.*, 2006; Edsall, 2006). La atención en los valores, sin embargo, no se ha centrado exclusivamente en Estados Unidos. También los politólogos comparativistas han tratado de analizar las posibles divisiones de valores y cosmovisiones en Europa y otros países, y cómo éstas se conectan con el apoyo a los partidos y a las prioridades de política pública (ver Knutsen y Kumlin, 2005; Gunther y Hsin-chi, 2007). México no ha sido la excepción. La contienda de 2006 se planteó en buena medida como una elección entre cosmovisiones encontradas en mucho sentidos y las preferencias de los electores llegaron incluso a denotar algunas prioridades valorativas y estilos de vida (Moreno, 2006b). Lo que aquí nos atañe, por el momento, no es saber cómo los valores se conectan con las preferencias partidistas, sino saber si en efecto hay diferencias valorativas lo suficientemente importantes para tener relevancia política. Y las hay.

Los datos mostrados en el cuadro 66 son un ejemplo de la diversidad de la que estamos hablando. En efecto, 61 por ciento de los mexicanos adultos considera que México debe defender su forma de vida y no buscar parecerse a otros países, pero 24 por ciento opina que sí debemos abrirnos a las buenas costumbres que otros pueblos y sociedades tienen, de manera que se pueda adoptar lo que más convenga. Por su parte, 36 por ciento opina que deben defenderse los valores religiosos heredados por medio de las tradiciones, mientras que 52 por ciento cree que se debe respetar la libertad de los individuos a ser y a creer en lo que desean, independientemente de si ello concuerda o no con la tradición. Sin embargo, mientras que 24 por ciento se manifiesta a favor de defender las libertades civiles, 61 por ciento antepone el mantenimiento de la ley y el orden por encima

de tales libertades. Los puntos de vista no solo se contraponen sino que, cuando hay que priorizar, incluso se contradicen. No es factible que un sólo partido capte esta diferenciación de puntos de vista.

Cuadro 66
 Contrastes en los valores y prioridades políticas, 2006
 (Porcentaje que dijo estar de acuerdo con cada punto de vista)

	<i>Porcentaje</i>
Nuestro país debe defender su forma de vida en vez de parecerse más a otros países	61
Es bueno adoptar las buenas costumbres de otros pueblos del mundo	24
Defender nuestros valores religiosos y morales	36
Respetar la libertad de los individuos a ser y creer lo que desean	52
Mantener la ley y el orden	61
Defender las libertades civiles	24
Aumentar la participación ciudadana en la toma de decisiones del gobierno	67
El gobierno debe tomar las decisiones rápidamente con base al conocimiento de expertos	20
Trabajar duro y competir para salir adelante en el trabajo	64
Evitar la competencia con los compañeros de trabajo para mantener buenas relaciones	24
Debemos poner el bienestar de la comunidad por delante de nuestros propios intereses	60
El individuo es más importante y va antes que la comunidad	24
Mejorar la asistencia social y los servicios del gobierno	35
Reducir los impuestos	50
Debería haber una distribución más equitativa de la riqueza	44
Debería haber más incentivos para la iniciativa individual	40
Privatizar las empresas públicas	22
Mantener las empresas públicas actuales	60
El aborto debe ser siempre ilegal	45
El aborto debe ser legalizado	31

Pregunta original: Ahora le voy a leer algunas frases. Usando esta tarjeta, dígame por favor con cuál de las dos frases está más de acuerdo. El 4 significa que está completamente de acuerdo con la primera frase y que está completamente de acuerdo con la segunda frase. También puede escoger del 2 al 9 como opiniones intermedias.

Nota: En los porcentajes de respuesta se agruparon las categorías 1 a 4 para la primera frase y 7 a 10 para la segunda. No se muestran los porcentajes de posturas intermedias (5-6) y "no sabe".

Fuente: CNEP-III México, ronda post-electoral, julio de 2006 (n = 2,100).

Pero ahí no acaban los contrastes, mientras que 67 por ciento de los entrevistados desea que la ciudadanía tenga una mayor participación en la

toma de decisiones del gobierno, 20 por ciento prefiere que sea éste, basado en el conocimiento de los expertos, quien las tome. Para 64 por ciento el trabajo duro y la competencia son necesarios para salir adelante en la vida, pero 24 por ciento opina que la competencia se debe evitar, privilegiando la solidaridad y las buenas relaciones con otros. Acaso estas dos preguntas denotan abstractamente posturas que los mexicanos tendrían en situaciones específicas, como el tema del libre comercio, el campo, la productividad, la competencia empresarial, los incentivos fiscales y la inclusión en la toma de decisiones públicas. Un partido no puede abordar todas esas diferencias de opinión.

La encuesta continúa con un listado de prioridades y creencias distintas. Para 60 por ciento el bienestar de la comunidad debe ir antes que los intereses propios, mientras que para 24 por ciento el individuo es más importante y debe ir primero, antes que la comunidad. Por otro lado, 35 por ciento se expresa a favor de mejorar la asistencia social y los servicios del gobierno, pero 50 por ciento prefiere que haya menos impuestos, un tanto que 44 por ciento prefiere que haya una distribución más equitativa de la riqueza, pero 40 por ciento tiene la creencia de que sería mejor tener más incentivos para la iniciativa individual. Estas divisiones son profundas y sustanciales y definitivamente deberían encontrar cabida en las distintas opciones políticas. En el país no hay consenso acerca de si las empresas públicas deben privatizarse o mantenerse en manos del Estado, o si debe haber una combinación de ambas. Pero lo importante es que precisamente el disenso en este tipo de cuestiones debe encontrar una forma de decisión democrática, a través de acuerdos y de negociaciones. Quizás en esto surja una expectativa más hacia los partidos: acordar, negociar, ganar, pero también ceder. Los temas no son sencillos. Para 22 por ciento la privatización es deseable, mientras que para 60 por ciento no lo es. ¿Significa esto que debe aplicarse simplemente un mayoriteo de puntos de vista y excluir del resultado de las decisiones a las opiniones minoritarias? A ese respecto, 64 por ciento de los encuestados está de acuerdo en que, en México, si la opinión de una persona es un punto de vista minoritario generalmente no cuenta; 33 por ciento cree que sí. Esta distribución de respuestas no significa que los mexicanos no quieran que cuente la opinión minoritaria, sino que se dan cuenta que en la realidad suele no contar. No obstante, la democracia, en una de sus acepciones menos minimalistas, establece garantías para los puntos de vista minoritarios. La democracia no es, o no debe ser, una "tiranía de la mayoría".

Y no los es porque, como se ha visto con varias de las respuestas a estas preguntas de encuesta, hay temas en donde no hay una clara mayoría. Las diferencias en puntos de vista pueden ser muy similares y, en cuyo caso, los partidos en la democracia debieran encontrar los puntos de acuerdo en su decisión. Una mayor igualdad de la riqueza la proclama 44 por ciento, pero una mayor iniciativa individual por la vía de incentivos la defiende 40 por ciento. ¿Quién está en lo correcto? ¿Qué debe hacerse en ese caso? ¿Cuál sería la decisión más apropiada, incluso, en temas tan polarizantes como el aborto? La encuesta arroja que 45 por ciento de los encuestados en escala nacional opina que el aborto siempre debe ser ilegal, frente 31 por ciento que piensa que sí debe ser legalizado. ¿Significa esta mayoría nacional que legislaciones locales como la del Distrito Federal relativas a la despenalización del aborto debieran ser vetadas? Por supuesto que no. Los partidos, por medio de sus legisladores electos, influyen en la legislación y con ello apuestan también al apoyo popular. Así se arman las coaliciones electorales de las que tanto se ha hablado en este libro. Un partido político que gana las elecciones con un apoyo mayoritario puede responder a la coalición que lo llevó al poder o puede darle la espalda. Aunque lo segundo es más probable que debilite a dicho partido que lo primero.

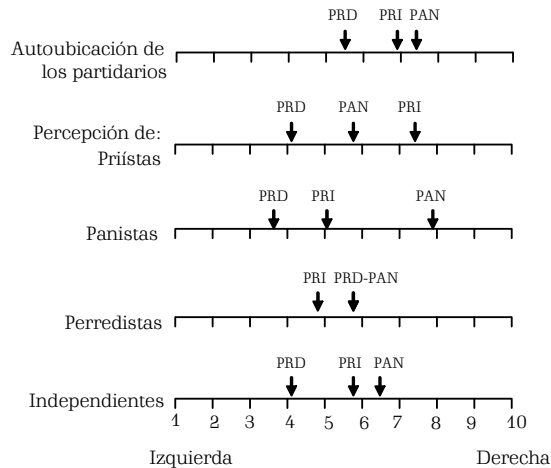
Este repaso tan rápido de datos de encuestas no se presenta para marear al lector con tantos contrastes, sino para mostrar, aunque sea de una manera limitada, la enorme diversidad de intereses, prioridades y puntos de vista que prevalecen en el país. Para alguien que está interesado en buscar apoyo político para ganar una elección, este tipo de datos le ofrece un mapa para saber por dónde comenzar. Seguramente cada uno de esos puntos de vista se relaciona con la preferencia partidaria. Por ello, en la medida en que los partidos las captan y consideran en sus programas y principios, lo más seguro es que tengamos un sistema con partidos diferentes.

¿Perciben los ciudadanos que los partidos son diferentes, o que son lo mismo? De acuerdo con algunos de los datos que se presentaron en el cuadro 65, y que no se habían comentado hasta ahora, 55 por ciento de la ciudadanía cree que los partidos políticos en México “son todos iguales, no se diferencian en nada”. En contraste, 44 por ciento afirma que sí tienen proyectos de gobierno e ideologías diferentes. Esto refleja dos perspectivas claramente diferenciadas acerca de los partidos políticos, perspectivas que, al fin y al cabo, son producto de cómo los perciben los ciudadanos, pero también de cómo se perciben los propios partidos.

PERCEPCIONES Y REALIDADES DEL NUEVO SISTEMA DE PARTIDOS

Como se vio en el capítulo v, las posiciones de los electorados partidistas en la escala izquierda-derecha han cambiado en los últimos años. Los perredistas se han ubicado en posiciones de centro-izquierda, los priístas a la derecha, y el electorado del PAN ha ido cambiando la posición centrista que mostró durante los años noventa hacia una que lo ubica, hoy en día, a la derecha del PRI. La más reciente encuesta disponible al momento de escribir estas líneas provee evidencia de esto y se presenta en la gráfica 36. En noviembre de 2007, la posición promedio del elector panista en una escala ideológica de 10 puntos era 7.18, ligeramente a la derecha del electorado priísta, que obtuvo un promedio de 7.04. Los perredistas se ubicaron a la izquierda de ambos, en una posición promedio de 5.53. Esas posiciones medias de los electorados partidistas delinean el espacio político actual de los partidos, posterior a las elecciones de 2006. En este espacio ideológico no se denota una fuerte polarización. Por el contrario, las diferencias son poco marcadas, principalmente entre el PAN y el PRI.

Gráfica 36
El espacio ideológico de los partidos en el continuo izquierda-derecha, según la autoubicación y las percepciones de los partidistas, 2007



Nota: los promedios obtenidos en la escala de 10 puntos son los siguientes: 1) autoubicación: PRI, 7.04; PAN, 7.18; PRD, 5.53; 2) priístas: PRI, 7.24; PAN, 5.90; PRD, 4.04; 3) panistas: PRI, 5.06; PAN, 7.89; PRD, 3.59; 4) perredistas: PRI, 4.92; PAN, 5.87; PRD, 5.85; 5) independientes: PRI, 5.80; PAN, 6.57; PRD, 4.17.

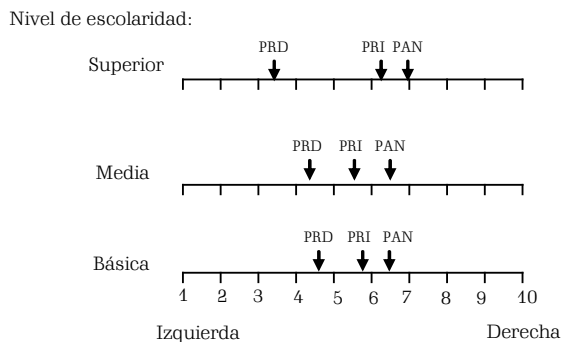
Fuente: *Reforma*, encuesta nacional en vivienda, noviembre de 2007 (n = 1,530).

Pero, ¿cómo perciben los encuestados a los partidos en el mismo espectro político? Para responder a esto se utilizan las respuestas de los entrevistados relativas a dónde creen que se ubica cada partido político. En algunos casos, estas percepciones arrojan una mayor diferenciación ideológica. Desde la perspectiva de los seguidores del PRI, por ejemplo, éste se ubica a la derecha, el PAN al centro y el PRD a la izquierda, con diferencias en el espectro ideológico muy simétricas entre ellos. La distancia entre uno y otro es casi la misma. Esto, por supuesto, no corresponde al escenario definido por las posiciones promedio de los electorados de cada partido. El PRD y el PAN se perciben mucho más a la izquierda y el PRI un poco más a la derecha. Por su parte, los panistas también perciben un espectro político más diferenciado, y mucho más polarizado, que los priístas. Para los seguidores blanquiazules, el PAN está situado a la derecha, mientras que al PRI y el PRD los perciben muy a la izquierda, en posiciones relativamente cercanas uno con el otro, como si fueran un frente común de oposición. Extrañamente, los seguidores del PRD perciben un espectro ideológico menos polarizado y no tan diferenciado como a veces su liderazgo describe el escenario político. Los perredistas expresan una visión convergente hacia el centro, con el PRD y el PAN en posiciones muy similares, y el PRI ligeramente a la izquierda de ambos. Finalmente, los independientes tienen una percepción muy similar a la de los promedios de autoubicación, pero un poco cargada a la izquierda. El electorado independiente percibe al PRD en una posición de centro-izquierda, al PRI de centro-derecha y al PAN ligeramente a la derecha de los tricolores. De manera general, lo que puede apreciarse con estos datos es que cada grupo partidario del electorado mexicano percibe un espectro ideológico de los partidos distinto.

Otros segmentos del electorado también perciben algunas diferencias en el espectro ideológico. Por ejemplo, el grado de polarización que perciben los electores con educación superior es mucho más marcado que el de aquellos electores con niveles bajos de educación. Esto se evidencia con la información presentada en la gráfica 37. Los entrevistados con escolaridad básica perciben a los partidos aglutinados en el centro ideológico, con el PRD ligeramente a la izquierda, el PAN ligeramente a la derecha y el PRI en medio. Entre el segmento de escolaridad media el ordenamiento de los partidos se mantiene, pero los extremos se separan un poco entre sí, con distancias más o menos simétricas. Esta separación es mucho más marcada en las percepciones de los entrevistados con escolaridad superior: en ese caso el PRD se percibe más a la izquierda y el PAN más a la derecha, definiendo un

escenario de competencia polarizada, en el cual el PRI se ubica más próximo al PAN. Esto muestra que los electores con un mayor nivel de escolaridad definen un escenario de competencia en el que los partidos de la izquierda y la derecha están mucho más alejados ideológicamente entre sí. ¿Es este el caso? ¿Provee la escolaridad los elementos para delinear un espacio de competencia más fiel a la realidad? La manera de saberlo es contrastando las posiciones percibidas con las reales, como se hará más adelante.

Gráfica 37
Percepción del espacio ideológico de los partidos en el continuo izquierda-derecha, según el nivel de escolaridad de los electores, 2007

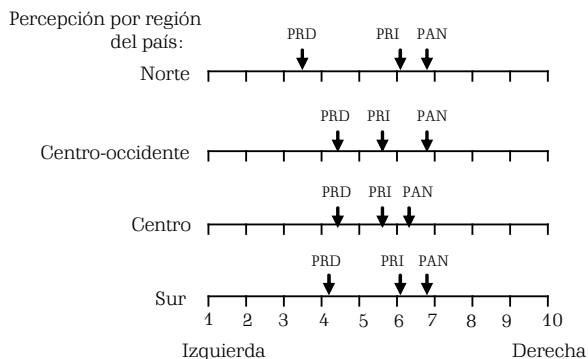


Nota: los promedios obtenidos en la escala de 10 puntos son los siguientes: 1) superior: PRI, 6.39; PAN, 7.08; PRD, 3.48; 2) media: PRI, 5.59; PAN, 6.55; PRD, 4.37; 3) básica: PRI, 5.79; PAN, 6.53; PRD, 4.61. Los promedios en la escala por autoubicación para cada categoría de escolaridad (no mostrados en la gráfica) son: superior, 5.86; media, 6.04; básica, 7.16.

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional en vivienda, noviembre de 2007 (n = 4,530).

Por regiones, también se perciben espacios de competencia que, si bien mantienen el ordenamiento PRD-PRI-PAN, como izquierda, centro y derecha, respectivamente, varían en el grado de diferenciación ideológica entre ellos. La gráfica 38 da muestra de ello. En el centro del país se percibe la menor polarización. En contraste, en el centro y en el sur la polarización percibida es mayor. En las tres regiones, sin embargo, el PAN y el PRI se perciben más ideológicamente cercanos, mientras que el PRD más distanciado hacia la izquierda de esos partidos. Sin embargo, en el centro-occidente hay una mayor simetría en la distancia percibida entre el PRI y los partidos en cada uno de sus flancos (aunque podría decirse que hay una ligeramente mayor cercanía al PRD que al PAN). Esto significa que en esa región, en la que el PAN es particularmente fuerte, los otros partidos se perciben como un frente opositor.

Gráfica 38
Percepción del espacio ideológico de los partidos
en el continuo izquierda-derecha, según la región del país, 2007



Nota: los promedios obtenidos en la escala de 10 puntos son los siguientes: 1) norte: PRI, 6.07; PAN, 6.86; PRD, 3.64; 2) centro-occidente: PRI, 5.72; PAN, 6.99; PRD, 4.40; 3) centro: PRI, 5.48; PAN, 6.32; PRD, 4.49; 3) sur: PRI, 6.19; PAN, 6.73; PRD, 4.35. Los promedios en la escala por autoubicación para cada región [no mostrados en la gráfica] son: Norte, 6.76; Centro-occidente, 6.15; Centro, 6.00; Sur, 6.69.

Fuente: *Reforma*, encuesta nacional en vivienda, noviembre de 2007 (n = 1,530).

En general, lo que estos datos muestran es que los electores perciben a los partidos de manera diferenciada en el espectro ideológico, pero suelen situarlos en posiciones centristas y centro-derechistas. En el caso de la autoubicación de los propios electores partidarios, el espacio de competencia de hecho se enfoca en las posiciones de centro-derecha. ¿Es ese el lugar donde los partidos se sitúan realmente? ¿Es el sistema de partidos en México un espacio en donde las opciones políticas tienden al centro-derechismo, incluso el PRD? Si tomamos las posiciones en las que se ubican los electorados de los partidos probablemente sí, pero si consideramos las percepciones de los propios electorados partidistas acerca de los partidos depende de cada subgrupo, y si le preguntamos a los miembros de los propios partidos entonces no.

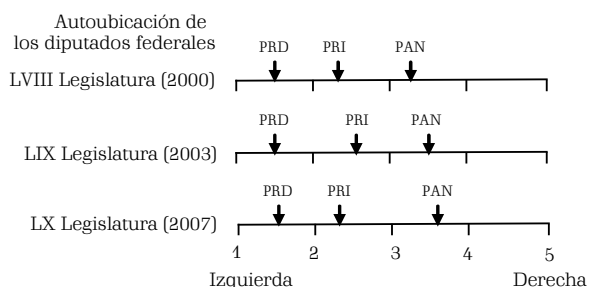
Para responder adecuadamente a la pregunta de dónde se sitúan los partidos utilizaremos los datos derivados de las encuestas hechas por el diario *Reforma* a los diputados federales de las últimas tres legislaturas, la LVIII (2000-2003), la LIX (2003-2006) y la LX (2006-2009). Las encuestas se hicieron al principio de cada legislatura una vez instalada ésta, en el otoño de 2000 y 2003, y en la primavera de 2007. En esas encuestas se presentó la oportunidad para preguntar a los legisladores sobre su propia ubicación

ideológica de acuerdo con una escala. Desafortunadamente no se utilizó la misma escala de 10 puntos sobre la cual respondieron los electores, pero sí una de cinco puntos en la que se les pedía a los diputados que señalaran si eran de izquierda, centro-izquierda, centro, centro-derecha o derecha. Los resultados para cada uno de esos años se presentan en la gráfica 39.

Estos datos muestran que los partidos políticos, con base en las respuestas de los miembros de los grupos parlamentarios en la Cámara de Diputados, mantienen el ordenamiento PRD-PRI-PAN que perciben los electores. Sin embargo, los propios grupos parlamentarios tienden hacia posiciones más de izquierda que los electores, en general, perciben. El PRD, por ejemplo, se ubica como un partido de izquierda, el PRI como uno de centro-izquierda y el PAN como una opción de centro-derecha. El punto de gravedad pareciera estar en la categoría de centro-izquierda. Pero las encuestas a los legisladores también revelan ciertos movimientos. Por ejemplo, el PRI en 2003, cuando ganó la mayor proporción de diputados, era un partido más centrista que los grupos parlamentarios inmediatamente previo y posterior. ¿Explica eso parte del éxito electoral que los tricolores tuvieron en 2003? Por otra parte, el PAN ha venido moviendo su posición hacia la derecha en cada legislatura, reflejando también el deslizamiento de su electorado. Estos datos confirman que el panismo se ha movido a la derecha en sus dos facetas, tanto entre los políticos como entre sus electores. La coalición centrista que el PAN había armado durante los noventa prácticamente se ha “derechizado” después de la alternancia.

Gráfica 39

Posiciones de los diputados federales en el espectro ideológico izquierda-derecha, por grupo parlamentario, 2000, 2003 y 2007

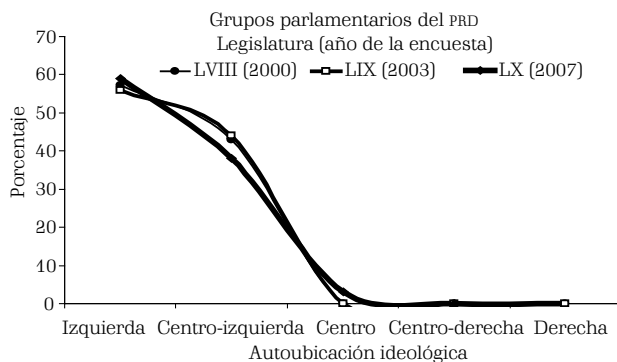


Nota: se utilizó una escala de 5 puntos y los promedios por grupo parlamentario en cada año son los siguientes: 1) 2000: PRI, 2.29; PAN, 3.18; PRD, 1.43; 2) 2003: PRI, 2.63; PAN, 3.49; PRD, 1.44; 3) 2007: PRI, 2.22; PAN, 3.62; PRD, 1.44.

Fuente: *Reforma*, encuestas a legisladores, 2000 (n = 480), 2003 (n = 480), 2007 (n = 290), correspondientes a la primera medición de actitudes de los diputados federales realizadas en cada una de esas legislaturas.

Esto puede verse más claramente con las distribuciones de los legisladores en el espectro ideológico, de donde se derivan los promedios mostrados en la gráfica anterior. Las distribuciones ideológicas de los diputados federales se pueden ver en las gráficas 40, 41 y 42. El PRD ha variado poco en su distribución ideológica de izquierda y centro-izquierda durante las tres últimas legislaturas. Salvo en la última, en la que 3 por ciento de los diputados perredistas se dijo de “centro”, 100 por ciento de esa fracción parlamentaria ha tenido una ubicación de izquierda o centro-izquierda. De hecho, más de la mayoría se han asumido de izquierda. En contraste, los grupos parlamentarios del PRI han mantenido una postura mayoritaria de centro-izquierda, salvo en 2003, como ya se apuntó, cuando el partido resultó la primera fuerza en las elecciones intermedias (considerando su alianza parcial con el PVEM). Esta ubicación del PRI en el espectro político contrasta con la de sus votantes, quienes se han ubicado mayoritariamente a la derecha. Por último, en el caso de las fracciones parlamentarias del PAN es muy notable el corrimiento hacia la derecha. A partir de la de 2000, en la que la mayoría de los diputados panistas se consideraban de centro, en cada legislatura subsiguiente los panistas centristas han disminuido y los de derecha han aumentado. En la LX Legislatura la mayoría era de centro-derecha y tan sólo un tercio era de centro.

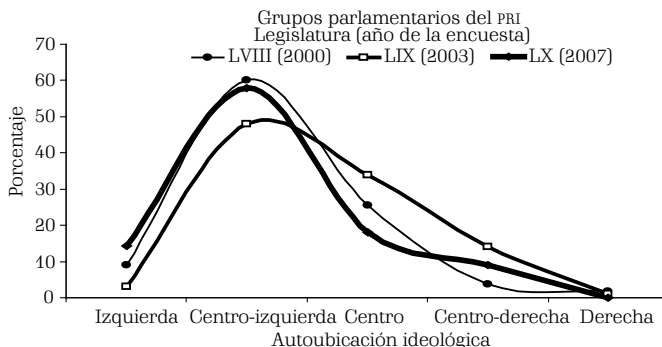
Gráfica 40
Distribución de los diputados federales del PRD en el espectro ideológico izquierda-derecha en tres legislaturas, 2000, 2003 y 2007



Nota: se utilizó una escala de 5 puntos y los porcentajes en cada año son los siguientes: 1) 2000: izquierda, 57%; centro-izquierda, 43%; centro, 0%; centro-derecha, 0%; derecha, 0%; 2) 2003: izquierda, 56%; centro-izquierda, 44%; centro, 0%; centro-derecha, 0%; derecha, 0%; 3) 2007: izquierda, 59%; centro-izquierda, 38%; centro, 3%; centro-derecha, 0%; derecha, 0%.

Fuente: *Reforma*, encuestas a legisladores, 2000 (n = 180), 2003 (n = 180), 2007 (n = 290), correspondientes a la primera medición de actitudes de los diputados federales realizadas en cada una de esas legislaturas.

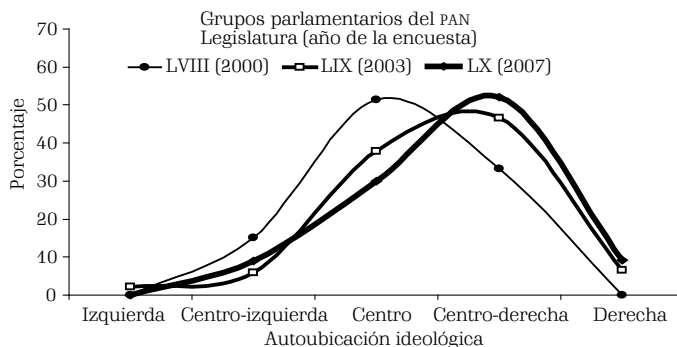
Gráfica 41
Distribución de los diputados federales del PRI en el espectro ideológico izquierda-derecha en tres legislaturas, 2000, 2003 y 2007



Nota: se utilizó una escala de 5 puntos y los porcentajes en cada año son los siguientes: 1) 2000: izquierda, 9%; centro-izquierda, 60%; centro, 25%; centro-derecha, 4%; derecha, 2%; 2) 2003: izquierda, 3%; centro-izquierda, 48%; centro, 34%; centro-derecha, 14%; derecha, 1%; 3) 2007: izquierda, 14%; centro-izquierda, 58%; centro, 18%; centro-derecha, 9%; derecha, 0%.

Fuente: *Reforma*, encuestas a legisladores, 2000 (n = 180), 2003 (n = 180), 2007 (n = 290), correspondientes a la primera medición de actitudes de los diputados federales realizadas en cada una de esas legislaturas

Gráfica 42
Distribución de los diputados federales del PAN en el espectro ideológico izquierda-derecha en tres legislaturas, 2000, 2003 y 2007

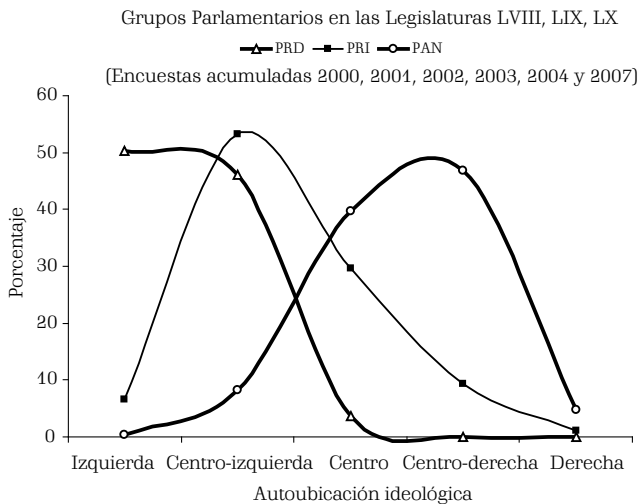


Nota: se utilizó una escala de 5 puntos y los porcentajes en cada año son los siguientes: 1) 2000: izquierda, 0%; centro-izquierda, 15%; centro, 52%; centro-derecha, 33%; derecha, 0%; 2) 2003: izquierda, 2%; centro-izquierda, 6%; centro, 38%; centro-derecha, 47%; derecha, 7%; 3) 2007: izquierda, 0%; centro-izquierda, 9%; centro, 30%; centro-derecha, 52%; derecha, 9%.

Fuente: *Reforma*, encuestas a legisladores, 2000 (n = 180), 2003 (n = 180), 2007 (n = 290), correspondientes a la primera medición de actitudes de los diputados federales realizadas en cada una de esas legislaturas.

Tomando en cuenta todas las encuestas que *Reforma* hizo a los diputados federales desde 2000 hasta 2007 (esto incluye, además de las ya mencionadas, otras en 2001, 2002 y 2004), la gráfica 43 ofrece un retrato ideológico de los partidos en el Congreso. En ésta se denota una nutrida presencia en las posiciones de izquierda y centro-izquierda con el PRD y el PRI, y en las de centro-derecha con el PAN. El centro aparece relativamente poco poblado. ¿Tiene esto implicaciones para las dinámicas legislativas? ¿Refleja esto una política polarizada en la que es más difícil llegar a acuerdos? ¿La diferenciación ideológica entorpece la cooperación legislativa? En otros lados se ha documentado una fuerte relación entre la distancia ideológica que los legisladores perciben en los otros partidos y la falta de cooperación (Moreno, 2004c). Pareciera que dicho efecto en el Congreso es ver a los miembros de las bancadas opuestas con binoculares, pero al revés, como todo suele verse más lejos.

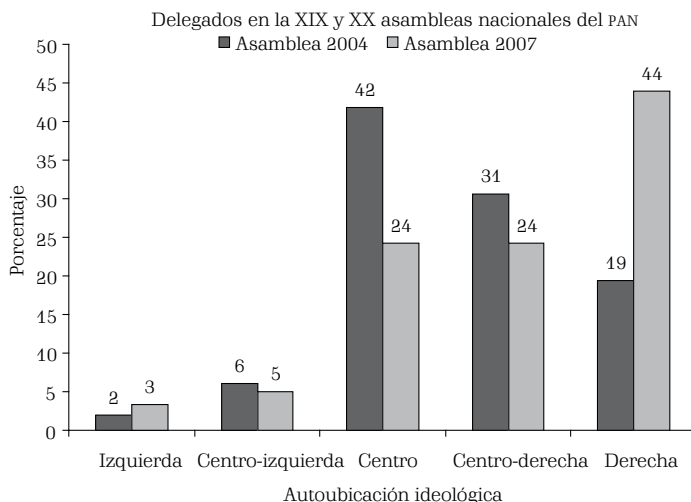
Gráfica 43
Distribución de los diputados federales del PRD, PRI y PAN en el espectro ideológico izquierda-derecha en tres legislaturas, datos acumulados de todas las encuestas entre 2000 y 2007



Nota: se utilizó una escala de 5 puntos y los porcentajes en cada año son los siguientes: 1) PRD: izquierda, 50%; centro-izquierda, 46%; centro, 4%; centro-derecha, 0%; derecha, 0%; 2) PRI: izquierda, 7%; centro-izquierda, 53%; centro, 30%; centro-derecha, 9%; derecha, 1%; 3) PAN: izquierda, 0%; centro-izquierda, 8%; centro, 40%; centro-derecha, 47%; derecha, 5%.

Fuente: *Reforma*, encuestas a legisladores, realizadas en 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 y 2007 (n total = 1,310).

Gráfica 44
 Distribución en el espectro ideológico izquierda-derecha
 de los delegados del PAN que asistieron a las asambleas nacionales
 de ese partido en 2004 y 2007



Nota: los porcentajes son efectivos, sin considerar un 2% y un 9% que no se ubicó en la escala ideológica en 2004 y 2007, respectivamente.

Fuente: *Reforma*, encuestas a delegados numerarios del Partido Acción Nacional con derecho a voto que asistieron a las asambleas nacionales de 2004, en Querétaro (n = 465), y 2007, en León (n = 690).

El corrimiento del PAN a la derecha que se describió anteriormente no sólo se ha observado entre sus legisladores. También la composición ideológica de los delegados de ese partido político confirma que se trata de un desplazamiento más generalizado. Las encuestas a los delegados numerarios del PAN en las asambleas nacionales de 2004 y 2007 documentan un cambio muy marcado en la identidad ideológica de ese partido. Esto se muestra en la última gráfica de este capítulo, la 44. En 2004, la postura dominante de los panistas en la escala izquierda-derecha era el centro, con 42 por ciento. A eso le seguía la postura de centro-derecha, con 31 por ciento. Sin embargo, tan sólo tres años después, la mayor proporción de los delegados blanquiazules en la asamblea nacional se consideraban de derecha, 44 por ciento, mientras que las proporciones de centro y centro-derecha se habían reducido a 24 por ciento cada una.

Estos datos indican que, en general, la política en México sí estaba más polarizada en 2006 que en 2000, pero no porque el PRD se haya radicalizado más hacia la izquierda, sino porque el PAN prácticamente se ha deslizado a la derecha. Este fenómeno se ha reflejado también entre los votantes. El electorado del PRD se ha asumido como de centro-izquierda, mientras que el del PAN se ha movido de una postura centrista a otra de centro-derecha. El PRI es el único partido que parece tener cierta incongruencia entre sus cuadros políticos de elite y sus seguidores a nivel de masas: mientras que los primeros se asumen principalmente como una opción de centro-izquierda, los segundos tienden más a la derecha. Ese es un dilema de competencia y de identidad que el mismo PRI tendrá que enfrentar en los próximos años.

Conclusiones

En este libro se ha intentado explicar cómo votan los mexicanos y analizar cómo se han transformado las coaliciones de electores que apoyan a las principales fuerzas políticas en el país. Las explicaciones del voto que aquí se han ofrecido se basan principalmente en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, mientras que la evidencia acerca de la transformación de las coaliciones de electores abarca dos décadas de encuestas, desde 1986 hasta 2007.

En México, como en otras sociedades, el comportamiento electoral responde a factores de largo plazo, como las identificaciones partidarias y las orientaciones ideológicas y valorativas, y, en mayor o menor medida, a factores de corto plazo, como los temas, los candidatos y las evaluaciones acerca del desempeño gubernamental. Además, en cada elección reciente ha habido evidencia de que la información de las campañas importa, en algunos casos al activar rasgos o actitudes relativamente estables de los electores y, en otros, al ocasionar cambios de opinión debido a información nueva disponible para el electorado.

Los análisis realizados nos permiten concluir que los factores de largo plazo son influencias primordiales en el voto, lo cual es particularmente notable, ya que el sistema mexicano de partidos ha sido un fenómeno cambiante en las últimas décadas. Esto ilustra que hay un fuerte arraigo partidario en el país. Por su parte, la evidencia mostrada también apunta a que los factores de corto plazo han cobrado un creciente protagonismo en el país, en particular la imagen de los candidatos presidenciales, las campañas negativas y la influencia de los razonamientos de tipo económico.

De manera general, puede argumentarse que la transformación del sistema mexicano de partidos ha ido de la mano con cambios sustanciales

en el electorado de masas. Durante las dos últimas décadas, el equilibrio de las adhesiones partidarias se ha alterado, lo cual, a su vez, ha influido en los resultados de las elecciones. Junto con ello, las orientaciones valorativas e ideológicas de los mexicanos también se han transformado y esto ha tenido efectos en la visibilidad y centralidad de las temáticas políticas subyacentes en el país. El desvanecimiento de viejas temáticas, como la alternancia, así como el resurgimiento de otras en la arena política, como el conflicto económico de izquierda y derecha, han replanteado las interpretaciones acerca de lo que está en juego en cada elección.

Todos estos cambios han redefinido la naturaleza de la competencia político-electoral en México, principalmente mediante la recomposición de las coaliciones de electores que apoyan a los principales partidos políticos. En este último capítulo se resumen dichos cambios y se toman como base para plantear algunas premisas acerca de lo que pudiera ser la competencia electoral futura. Para ello se discuten varias ideas a la luz de tres aspectos: los hallazgos, sus implicaciones y algunas nuevas preguntas que se derivan a partir de ellos.

Los principales hallazgos vertidos a lo largo del libro se resumen aquí de manera breve y ya sin la evidencia que los sustenta, la cual se puso a consideración del lector en su debido apartado. Las implicaciones de dichos hallazgos, así como su posible influencia en los patrones de competencia electoral futuros, no son sino una lectura interpretativa del autor y no un diagnóstico determinista, mucho menos una adivinanza. Se trata de establecer probables tendencias de comportamiento colectivo que podría seguir el electorado en los próximos años.

La generación de nuevas preguntas es un imperativo en todo trabajo de investigación académica que aspira no sólo a contribuir a una literatura ya existente, sino también, en la medida de lo posible, a señalar otras áreas de conocimiento que se advierten como relevantes. Es difícil aceptar que una cantidad de datos empíricos como la que se presenta en este libro no abra vetas importantes para la investigación futura. Las docenas de encuestas empleadas arrojan diversos hallazgos y dan pie a varias conclusiones, pero también son causa de muchas preguntas. El autor ha sido capaz de detectar algunas de ellas para abordarlas en trabajos posteriores; sin embargo, es muy probable que la mirada fresca de otros investigadores y estudiantes, así como profesionales de las elecciones, que hagan uso de este libro pueda subrayar fenómenos a partir de los mismos datos que ni siquiera fueron mencionados en el libro. De

ser el caso, *La decisión electoral* habría cumplido con una mínima misión: la de proveer una constelación de datos acerca de la sociedad en general, y del electorado en particular, que permita conocernos mejor como mexicanos.

EL VOTANTE CAMBIANTE

El objeto de estudio de este libro se subdivide en el votante, como individuo, y en el electorado, como colectividad. Desde los años ochenta, el votante mexicano ha venido cambiando. A diferencia de las sociedades europeas de buena parte del siglo xx, en las que las alineaciones de los electores con los partidos se describían como “congeladas”, en las democracias nuevas o emergentes, como la mexicana, esperaríamos observar una vibrante dinámica de cambio. La creación de nuevos partidos, la movilización de nuevos temas, la adaptación de los partidos tradicionales a esos nuevos temas y el potencial de formar nuevas coaliciones de electores en torno a ellos son parte de esas dinámicas. Es como observar una nueva galaxia en expansión. La democratización y sus efectos en la formación de un nuevo sistema de partidos es la supernova de los politólogos. En México, hemos tenido la fortuna de ir registrando algunos datos de esa evolución política a lo largo de las dos últimas décadas y media.

Desde un principio, la discusión del libro se organizó en torno a la necesidad de entender los vínculos entre electores y partidos en México, de manera que, a partir de la naturaleza de las coaliciones de electores, podamos comprender las dinámicas de la competencia política en una era en la que la mayor regularidad es el cambio. ¿Cómo ha cambiado el electorado mexicano y qué es lo que vincula a los votantes con los partidos? ¿Son esos vínculos una fuente de apoyo político estable o solamente temporal? ¿Cuál es el significado principal de la competencia política en el país? ¿Cuáles son los temas que la subyacen? ¿Qué factores explican la recomposición de los partidismos? ¿Por qué ha cambiado el contenido de las ideologías? ¿Hasta qué punto el voto refleja predisposiciones de largo plazo, comparadas con las típicas influencias de corto plazo? ¿Qué implicaciones tiene todo esto para las estrategias que emplean los partidos en las campañas y elecciones?

Repasemos brevemente las diversas variables que se han analizado en este libro y algunos de los hallazgos generales:

- 1) El partidismo es un fenómeno macropolítico que refleja nítidamente la evolución del sistema mexicano de partidos desde los años ochenta.
- 2) El partidismo es también un fenómeno micropolítico, de identificación individual, que se relaciona con otros referentes sociales y de identidad de la persona.
- 3) El partidismo es un rasgo individual duradero cuya estabilidad –y en muchos casos su influencia– supera a la del resto de las actitudes políticas de los mexicanos.
- 4) El electorado mexicano tiene dimensiones ideológicas subyacentes que influyen, en mayor o menor medida, en la competencia política.
- 5) Dichas dimensiones reflejan los temas de división generalmente asociados con las etiquetas de “izquierda” y derecha” que son relevantes en la sociedad y la política en un momento dado.
- 6) Las dimensiones ideológicas han cambiado durante las dos últimas décadas, afectando el espacio de competencia partidista y las posiciones promedio de los electores en esas dimensiones. Antes de la alternancia, las posturas de izquierda y derecha captaban un conflicto de tipo político, en el que estaba en juego la democratización *versus* la continuidad del régimen priísta.
- 7) Además de variar en sus orientaciones valorativas e ideológicas, los mexicanos muestran distintos patrones de información y atención a la política, y suelen responder a los estímulos informativos de las campañas, como ha sido el caso con los efectos de las campañas negativas.
- 8) La imagen de los candidatos presidenciales es un factor muy importante en la decisión de voto que, si bien está fuertemente influenciada por el partidismo, también refleja un fenómeno que debe entenderse desde la perspectiva de los atributos que se perciben en los líderes, independientemente de las afinidades partidarias.
- 9) La popularidad presidencial suele ser vista como un factor de ventaja para el partido gobernante, aunque en México sus efectos aún están por confirmarse o desecharse con mayor contundencia. En lo individual, la aprobación presidencial se vincula estrechamente con la preferencia política, pero a nivel agregado, porque el número de elecciones en las que se ha estudiado este fenómeno aún es poco como para generalizar ciertas tendencias.
- 10) Las evaluaciones económicas de los electores, que sustentan las teorías de voto económico retrospectivo, cobraron una mayor rele-

vancia en 2006, si se le compara con la elección de 2000, cuando su efecto fue casi nulo.

- 14) Los posibles efectos de campaña que tuvieron lugar en 2006 se dieron más por la vía de la activación de predisposiciones, como la activación del voto económico, que por la vía de la persuasión.
- 12) Los determinantes del voto se diferencian claramente entre factores de largo plazo y factores de corto plazo, cada rubro con su respectiva influencia, dependiendo del tipo de votante.
- 13) La participación electoral en el país va en declive, por lo que un entendimiento apropiado de sus determinantes puede ayudar a los partidos a lograr una mayor movilización de electores en los comicios –si eso los beneficia, algo que no necesariamente es el caso.
- 14) Las actitudes de los mexicanos hacia la democracia cada vez se vuelven más favorables, pero las opiniones acerca de los políticos, las instituciones y el nuevo sistema de partidos develan una fuerte desconfianza.
- 15) Las transformaciones ideológicas masivas también parecen corresponder a las transformaciones ideológicas en las elites partidarias.

Todas estas variables constituyen la diferenciación teórica que se hizo al inicio del libro entre factores de largo y corto plazos que influyen en el comportamiento político de los mexicanos. Para algunos investigadores la importancia de los factores de corto plazo implican una secularización política de los electorados masivos (ver Thomassen, 2005), lo cual se entiende como el desarraigo de las estructuras de clase o el declive de un partidismo irracional en las decisiones de voto, así como el surgimiento del ciudadano informado, atento y racional que entiende las temáticas y las diferencias entre los candidatos.

Sin embargo, tal “secularización” no ha tenido un mayor sustento en las democracias avanzadas, en donde los factores de largo plazo siguen siendo muy importantes para entender el comportamiento electoral. México no es la excepción. Por eso, entender al votante mexicano requiere comprender sus rasgos políticos más estables (y cómo éstos se han transformado con el aumento de la competencia electoral en el país), así como sus inquietudes y preocupaciones políticas coyunturales. El modelo de comportamiento electoral que se ha planteado continúa, pues, la tradición de que la conducta política refleja ambos tipos de factores. Más aún, la evidencia en México apunta a que el electorado se guía más por

los factores de largo plazo, como el partidismo, y, en menor medida, las divisiones basadas en las orientaciones ideológico-valorativas. Repase-mos ambos conceptos una vez más.

Partidismo

El electorado mexicano ha experimentado un proceso sistemático de abandono al que fuera el partido dominante, el PRI, pero también ha pasado por procesos relativamente rápidos de conversión y de nuevos reclutamientos favorables a los otros dos partidos políticos principales, el PAN y el PRD. A nivel agregado, el partidismo de los mexicanos refleja la evolución del sistema de partidos y las mediciones que se han hecho de ese fenómeno ofrecen un nítido retrato de los procesos macropolíticos conocidos como desalineación y realineación.

Las encuestas han documentado una desalineación con el antiguo partido dominante a una tasa ligeramente mayor que el proceso de adopción de nuevas lealtades con otros institutos políticos. Por ello, el porcentaje de electores independientes ha crecido en los últimos años. No obstante, los dos triunfos electorales del PAN han influido en la redistribución del macro-partidismo, a tal grado que resulta tentador hablar de un proceso de realineación. La alternancia, como fenómeno histórico, ha sido un factor explicativo de esa posible realineación. Como partido en el gobierno, el PAN ha captado el apoyo de electores previamente identificados con el PRI.

En el caso del PRD, los momentos de mayores adhesiones de electores han estado vinculados con sus liderazgos. Eso ha permitido al partido mejorar su desempeño electoral en 1997, con el liderazgo de Cuauhtémoc Cárdenas, y en 2006, con la candidatura presidencial de Andrés Manuel López Obrador. Sin embargo, la influencia del liderazgo en el arraigo partidista del sol azteca no fue tan duradera luego de 1997 y las encuestas disponibles al momento de escribir estas conclusiones apuntan hacia un relativo declive del apoyo perredista en escala nacional previo a las elecciones intermedias de 2009. Esto obliga a preguntarnos cuál es el alcance de la variable de liderazgo en la construcción de un apoyo partidista estable.

El planteamiento clásico del partidismo es que se trata de una orientación afectiva hacia un grupo político y, aunque los liderazgos son capaces de influirlo, el sentido más típico y arraigado del partidismo es la identificación con un partido político y no con un candidato o un líder partidario. El caso del PRD es muy ilustrativo de esto. Los liderazgos le han ayudado

de manera temporal, pero no han logrado un arraigo sostenido del perredismo nacional. Acaso el control del gobierno es un factor que afianza buena parte de los sentimientos partidarios. En escala local, en donde el PRD ha controlado los recursos gubernamentales, como es el caso del Distrito Federal, el perredismo pareciera estar más arraigado, especialmente a partir de 2000, cuando ese partido ganó por segunda vez consecutiva el gobierno de la capital del país.

Las teorías clásicas de la identificación partidista explican el desarrollo de este rasgo individual con base en las premisas de la socialización, pero en México ha quedado claro que, si bien hay indicios de ésta, también es cierto que la transformación partidaria del electorado ha sido mucho más rápida que la que es causada por el remplazo generacional. Esto significa que muchos mexicanos han experimentado una reconversión partidaria. ¿Cuáles han sido las causas? ¿Qué papel ha desempeñado el control del gobierno federal y sus recursos para la ampliación de la base panista? ¿Ya tocó fondo la desalineación priista? ¿La respuesta favorable de los electores a los liderazgos perredistas realmente constituye una base de apoyo estable? ¿Qué ventajas tienen los partidos que controlan gobiernos locales para ampliar sus bases partidarias y cómo las están utilizando?

Uno de los retos más fuertes que enfrentan hoy en día los partidos políticos europeos es, precisamente, el declive de las identificaciones partidarias (Mair *et al.*, 2004). La implicación más importante de dicho declive es el aumento de un "electorado disponible", es decir, no comprometido con ninguno de los partidos políticos. Esto puede traer una noticia buena y otra mala para los partidos. La buena es que puede haber un cierto margen de crecimiento en una elección; la mala es que, como indican Mair y sus colegas, los partidos se vuelven más vulnerables. Un electorado menos partidista puede ser un electorado más sensible a la persuasión pero también más incierto y más riesgoso para los propios partidos.

En escala individual, el partidismo no sólo se vincula estrechamente con otras fuentes de identidad sociopolítica, sino que constituye la actitud política más arraigada y más estable de la mayoría de los mexicanos. Además de ser un determinante primordial del voto, el partidismo también tiene una fuerte influencia en la participación electoral: las elecciones son sucesos típicamente partidarios, ya que quienes se identifican con algún partido político es más probable que acudan a las urnas que aquellos que no tienen un sentido de identificación partidista. Esto puede significar una doble ventaja para los partidos principales: por un lado, la lealtad de su

electorado partidario les provee de una base de apoyo relativamente estable y, por otro, puede haber una ventaja de participación, ya que los partidistas no sólo es altamente probable que prefieran al candidato de su propio partido, sino también que hagan su voto válido el día de la elección.

En 2000, por ejemplo, los priístas eran más numerosos que los panistas, pero estos últimos tenían, en promedio, más probabilidades de votar que los primeros. En 2006, el número de perredistas duros también había crecido en el electorado y éstos fueron, a su vez, los que más mayores probabilidades de salir a votar entre todos los segmentos partidarios, un doble fenómeno que contribuyó a que el PRD tuviese el mejor desempeño electoral desde su fundación en 1989. El partidismo genera una doble ventaja electoral, una de afinidad y otra de participación.

Todo esto sustenta la conclusión de que la política mexicana se guía por fuertes componentes partidarios. Pero la ausencia de partidismo no es irrelevante. El electorado independiente importa, ya que ninguno de los partidos políticos tiene la suficiente base de apoyo duro para ganar una elección federal (a menos de que el abstencionismo sea muy alto). En 2000, Vicente Fox se benefició con la mayor parte del voto de los independientes, lo cual contribuyó a ampliar la ventaja de votos sobre su adversario priísta. Sin embargo, la creencia de que el partido que gana el voto de los independientes gana la elección se puede poner en duda tras la elección presidencial de 2006.

En ese año, López Obrador contó con una mayoría relativa de votos entre el sector de independientes, superior a 40 por ciento, pero eso no resultó suficiente para ganar. Su ventaja temprana en las encuestas se debía, en parte, a que contaba con la mayoría de las intenciones de voto de los independientes. Dicha ventaja no sólo se redujo, sino que, además, los independientes fueron menos propensos a votar que los partidistas. En este punto podemos plantear una paradoja de los electores independientes que requiere de mayor investigación. Por un lado, los electores independientes son más escolarizados que los partidistas, lo cual es un factor que aumenta las probabilidades de que salgan a votar; no obstante, los independientes son menos susceptibles a acudir a las urnas. Una mayor atención a ese segmento de electores debería permitirnos entender el porqué de esta aparente contradicción.

El peso del partidismo en la competencia política tiene otras implicaciones: primero, los partidos nuevos o emergentes en México tienen serias desventajas para el desarrollo de sus bases de apoyo estable. No obstante, la elección de 2006 dio muestras de que los partidos nuevos atrajeron un

voto de decisión tardía entre electores que son altamente propensos a participar en la elección y que lo hicieron en contra de los tres principales partidos. Eso podría interpretarse como un voto en contra del sistema establecido o, quizás, como una manifestación de rechazo a la polarización ideológica observada en las campañas. Los partidos pequeños, o emergentes, parecen tener una cierta ventaja en el votante antipartidista. En 1997, por ejemplo, la campaña del Partido Verde Ecologista apeló exitosamente al voto contrario al orden establecido, al pedir al elector “no votes por un político, vota por un ecologista”. Como resultado, los verdes obtuvieron su mayor votación nacional y ésta provino principalmente de electores jóvenes y apartidistas.

Una segunda implicación tiene que ver con las candidaturas independientes, hasta ahora no permitidas por la ley electoral en México. Éstas no sólo enfrentan barreras legales para contender en una elección, sino también obstáculos de carácter partidario. Sin una experiencia vivida en ese sentido es difícil prever el grado de apoyo que obtendría un candidato independiente entre los partidistas, principalmente los blandos, pero no sería muy riesgoso apostar a que una candidatura de ese tipo realmente tenga serias dificultades para atraer los votos partidarios. Tanto por sus barreras legales como por el balance de partidismos que hay en el país, es probable que sigamos viendo a los tres partidos principales concentrar por lo menos 90 por ciento de los votos en las contiendas presidenciales y entre 85 y 90 por ciento en las elecciones legislativas. La presencia de los denominados partidos pequeños o emergentes en el Congreso ha dependido –y es muy probable que siga así por algunos años– de las fórmulas de representación proporcional. Desde 1997, cuando el PRI perdió la mayoría en la Cámara de Diputados, ningún partido pequeño ha ganado ninguno de los 300 distritos electorales en ninguna de las cuatro elecciones federales desde entonces, lo cual acumula 1,200 elecciones en escala distrital. Ya sea solos o en alianza, los partidos principales las han ganado todas.

¿Están los partidos políticos emergentes destinados a ganar sólo en alianza con alguno de los partidos principales o pueden crecer y ganar por sí mismos? Las elecciones de 2009, en las que cada partido competirá por nombre propio de acuerdo con la reforma electoral de 2007, nos ofrecerán una respuesta a esta pregunta. Pero surgen otras más: ¿las alianzas que hasta ahora han formado los partidos grandes con los pequeños son puramente decisiones pragmáticas de los políticos para ganar una elección o también añaden riqueza a las ofertas programáticas e ideológicas? ¿Se

beneficia el elector, el ciudadano, de esas alianzas? De acuerdo con la percepción de los propios ciudadanos, expresada en una encuesta nacional realizada por *Reforma* en noviembre de 2007, 77 por ciento de los 1,530 consultados expresó que las alianzas entre partidos solamente sirven para ganar votos, mientras que 14 por ciento afirmó que éstas sí ayudan a tener programas de gobierno más amplios e influyentes. Con respecto a las alianzas parciales que se han venido observando en algunos estados, así como en la elección intermedia de 200 entre el PRI y el PVEM, 84 por ciento opinó que dichas alianzas confunden a los ciudadanos, frente a 11 por ciento que manifestó que son beneficiosas.

Ideología y clivajes

Desde los años ochenta y hasta 2000, el electorado mexicano estuvo fuertemente dividido en dos polos antagónicos: uno tenía poca escolaridad, era tradicional, de mayor edad y tenía una fuerte presencia en el campo; el otro era más moderno, predominantemente urbano, más joven y con mayor escolaridad. El primero era un bastión del PRI, mientras que el segundo servía como base recurrente de apoyo para la oposición. Este antagonismo constituyó una división política muy relevante que estaba anclada en las actitudes favorables y desfavorables hacia la continuación del régimen priista. Esa división ha sido descrita como un *clivaje* democrático-autoritario, en el cual el conflicto subyacente era esencialmente político, no económico.

La coalición del cambio que llevó a Fox a la presidencia en 2000 fue una expresión de ese clivaje político. El candidato del PAN ganó la elección gracias a una coalición de electores antipriistas provenientes de diversos puntos del espectro político, para quienes la alternancia era la prioridad y que pusieron sus diferencias ideológicas en un segundo plano con tal de lograr ese fin. Su atracción por el cambio y por la democracia fue fundamental para construir –y movilizar– una amplia coalición ganadora, que estaba geográficamente dispersa y que era ideológicamente heterogénea. El mensaje de cambio, y el candidato que lo abanderaba, fueron agentes de movilización muy eficaces en la elección de 2000 para lograr la alternancia. Sin embargo, esa fue la última de una era en la que la confrontación de opciones políticas se daba en el plano del cambio democrático *versus* la prolongación del régimen priista.

El antagonismo democrático-autoritario estuvo presente en la competencia electoral desde los ochenta, en las elecciones locales y en la elección

presidencial de 1988, pero se manifestó más claramente aún en la elección presidencial de 2000. No obstante, el cambio logrado en ese año hizo inminente el desvanecimiento del otrora principal eje de conflicto político-electoral en el país. El deseo de cambio fue capaz de unir a los electores de izquierda, centro y centro-derecha en un objetivo común –sacar al PRI de Los Pinos– pero, ya logrado, dicho objetivo dejó de ser el punto de cohesión para electores tan ideológicamente distintos.

El clivaje democrático-autoritario pudo haber continuado más allá de 2000, si las elecciones se hubiesen enmarcado de manera convincente como una pugna entre la profundización de la democracia y el regreso del viejo partido gobernante al poder, como fue el caso en algunas sociedades poscomunistas. La elección intermedia de 2003 siguió un patrón más o menos en ese sentido, cuando el referente seguía siendo el cambio y, por ende, el posible regreso del PRI. El mismo PAN enmarcó su campaña con el llamado a “quitarle el freno al cambio”. Sin embargo, ese no fue el caso en 2006. Ni el PRI figuró como una de las dos principales opciones, ni el conflicto se centró en el tema de su retorno a Los Pinos. Más bien, la elección estuvo enmarcada por la pugna entre la nueva opción gobernante panista de derecha, preocupada por la estabilidad económica y favorable al libre mercado, y la opción perredista de izquierda, interesada en reducir la pobreza y la desigualdad, crítica del “neoliberalismo” y presta a darle al Estado un papel primordial en la redistribución económica por la vía de la asistencia social. En pocas palabras, la competencia electoral de 2006 se basó en el eje clásico de izquierda y derecha económicas.

Después de años de haber tenido lugar sobre un eje de carácter primordialmente político, la competencia electoral en México se replanteó sobre un eje económico. Esto produjo una recomposición de las coaliciones de electores. La coalición del cambio gestada desde los ochenta y que produjo la alternancia en 2000 quedó bifurcada. Buena parte de la izquierda que había votado por Fox en 2000 se volcó a favor de López Obrador en 2006.

La coalición de izquierda redistributiva en 2006 combinó a segmentos jóvenes, liberales y progresistas con segmentos de mexicanos de más edad y mayor conservadurismo, pero que pueden ser el producto de las políticas de asistencia social de los gobiernos perredistas, principalmente en el Distrito Federal. Así pues, las bases de apoyo al PRD coinciden en su orientación de izquierda, pero se diferencian en sus valores y creencias, así como en su grado de apoyo a la agenda de temas sociales como la despenalización del aborto o la ley de sociedades de convivencia que se han

aprobado en la capital del país. El perredismo no sólo parece estar dividido a nivel de sus cuadros políticos, como lo dejó ver la frustrada elección para renovar a su liderazgo en marzo de 2007, sino que también tiene graves problemas de cohesión entre dos polos de electores que divergen en sus orientaciones valorativas: uno más joven, liberal y crítico del gobierno, y otro más viejo, conservador y que muy probablemente ha desarrollado su partidismo como producto de los programas sociales de los gobiernos perredistas. Ese es un claro dilema del perredismo de hoy.

Por su parte, las bases de apoyo al PAN también plantean una problemática similar. El panismo de los noventa era centrista, joven y propenso a los valores democráticos y liberales. El panismo en el poder, sin embargo, ha transformado sus bases, reclutando simpatizantes menos escolarizados, más conservadores y marcadamente de derecha. Como se vio en el capítulo anterior, esta transformación no sólo se ha observado en los electores, sino también entre los miembros del propio partido. Las encuestas realizadas durante las asambleas nacionales de 2004 y 2007 registraron una clara derechización de los asistentes. El conservadurismo de derecha alimenta un conflicto guiado por los valores religiosos y seculares. Por otro lado, las ideas y propuestas del panismo no han dejado su naturaleza empresarial y productiva, la cual alimenta un conflicto basado en los típicos temas de redistribución económica.

Si bien la ideología parece haber desempeñado un papel importante en las campañas presidenciales de 2006, la discusión de izquierdas y derechas ha continuado durante los dos primeros años de gobierno de Felipe Calderón, particularmente en torno a su propuesta de reforma energética. El debate promovido por el Senado de la República, y que sigue en marcha al momento de escribir estas líneas, ha tenido planteamientos técnicos, económicos y políticos, pero también, y muchos de ellos, ideológicos.

LA NUEVA DEMOCRACIA

La redefinición de la principal dimensión de conflicto, que refleja el cambio de un significado eminentemente político anclado en el clivaje democrático-autoritario, a otro primordialmente socioeconómico, que se guía por una división más tradicional de izquierda y derecha, ha hecho que ciertas variables que no habían sido muy importantes en las elecciones mexicanas cobren una mayor relevancia. Algunas de ellas, como el voto económico, representan mecanismos muy importantes para el gobierno responsable.

En la elección presidencial de 2006, las evaluaciones económicas de los votantes se vincularon estrechamente con las preferencias político-electorales. Aquellos que expresaban juicios favorables acerca de la situación económica del país fueron mucho más proclives a votar por el candidato presidencial del partido gobernante, Felipe Calderón, mientras que quienes que emitían juicios desfavorables acerca de la economía optaron en mayor cantidad por la oposición, en particular por López Obrador.

Esta lógica de voto económico, que es tan común en varias democracias avanzadas, no había tenido una evidencia tan clara en México. Algunos podrían interpretar su surgimiento como una señal de madurez política y democrática del electorado. Sin embargo, otra interpretación que ha encontrado sustento en los datos que se ofrecen en este libro señala que es un reflejo del replanteamiento de los temas de competencia política electoral. En los años en que el PRI aún dominaba la liza electoral, los razonamientos de corte político, como el apoyo a la alternancia y la democratización, se anteponian a los razonamientos económicos y de desempeño que sirven como base al voto de tipo retrospectivo.

Acaso por esa causa, la elección presidencial de 2000 –recordada como la del cambio–, no fue la primera de una nueva era democrática, sino la última de una era en la que la competencia político-electoral se guiaba bajo un clivaje democrático-autoritario. La evidencia mostrada en este libro apunta a que las coaliciones de electores en 2000 se fueron gestando por lo menos desde los años ochenta. En contraste, la elección de 2006 fue la manifestación de las nuevas coaliciones de electores que tomaron forma luego de la alternancia de 2000, por lo que puede etiquetarse como la primera elección de una nueva era democrática.

Paradójicamente, la elección generó duda y desconfianza entre muchos mexicanos, por lo que esto pudo haber empañado, por lo menos en percepciones, su carácter y legitimidad democrática. Las encuestas realizadas durante el llamado conflicto poselectoral indican que la creencia de fraude era compartida más o menos por un tercio de los mexicanos, pero que alrededor de la mitad hubieran querido que se atendiera más ampliamente la demanda del recuento “voto por voto”. En ningún momento se registró una desconfianza generalizada hacia el propio proceso ni hacia las instituciones (ver Moreno, 2008). Pareciera que, efectivamente, la elección de 2006, y su secuela, fueron una prueba importante para la joven democracia mexicana, la cual, como toda democracia, es muy posible que requiera de dichas pruebas para fortalecerse y, eventualmente, consolidarse.

Los mexicanos de hoy en día valoran más a la democracia como forma de gobierno que antes, pero también se guían por la idea de que la nuestra aún padece de fuertes dolencias. La mayoría de los mexicanos desconfían de los partidos políticos; pocos se sienten representados, y mucho menos aún creen que los gobernantes hacen su trabajo para el beneficio de la mayoría. Las percepciones de mezquindad política son la regularidad, mientras que la convicción de que los políticos son honestos y bienintencionados es un bien escaso.

Antes de la alternancia de 2000, la democracia evocaba un estado superior, una meta común a alcanzar, simbolizando la respuesta política a una larga experiencia de partido único y autoritario. Hoy en día, a casi una década del cambio, la democracia aún busca consolidarse en medio de pugnas no sólo por lo que debe ser un buen gobierno, sino por el grado de avance –o retroceso– en materia de derechos y libertades civiles y políticas. La reforma electoral de 2007 podría enmarcarse en esos términos. Curiosamente, se trata una reforma realizada justo 30 años después de aquella que se hiciera en 1977, luego de que un solo candidato contendió por la Presidencia de la República el año previo. México era mucho menos democrático entonces, por lo que la reforma de 1977 significó, por la vía de la inclusión, un pequeño gran avance en la transformación política del país. En 2007, México ya era mucho más democrático, pero, ante los ojos de sus críticos, la reforma electoral de ese año tuvo aspectos restrictivos y excluyentes.

¿Qué falta para consolidar la democracia mexicana? Las respuestas apropiadas y detalladas a esta pregunta están fuera del alcance de este libro. Sin embargo, no es descabellado argumentar que la democracia mexicana ha tenido avances muy importantes que la acercan más a un estado de consolidación que a una etapa temprana de transición. Gran parte de la literatura sobre el sistema político mexicano ha descrito continuamente un sistema en transición, por lo que el término quizás ha perdido buena parte de su valor analítico en nuestro país. Por otro lado, no ha habido un consenso en torno al momento en el que comenzó la transición política de México. Algunos apuntan a 1968 o antes, otros a las reformas políticas de 1977, otros a la elección sísmica de 1988, otros más a la reforma electoral de 1996 y aún otros a la elección del cambio en 2000. La falta de un solo momento crítico de transición en el país hace muy certero el diagnóstico de que “la transición a la democracia en México es un periodo histórico”, no una fecha, ni una coyuntura, ni un episodio (Woldenberg, 2002: 24).

Hay quienes, incluso, tienen la creencia de que no se ha dado una transformación democrática en el país, aun cuando los indicadores de organismos internacionales, como los *rankings* de *Freedom House* de derechos y libertades civiles y políticas, señalan lo contrario. Desde el punto de vista de uno de los principales expertos en el comportamiento electoral mexicano, Jorge Domínguez, “la elección presidencial de 2006 arrimó a México a una posición más cercana a los patrones de opinión pública y de conducta electoral que son familiares en las democracias bien establecidas” (Domínguez, en prensa). Es cierto, el estado de la democracia ha avanzado de manera significativa, y también es verdad que el legado de 2006 –derivado de una elección muy cerrada y de un agrio conflicto poselectoral que puso a prueba las instituciones–, es más probable que sirva como un catalizador para el fortalecimiento democrático que para su rompimiento.

Este libro ha dejado registro de que, desde el punto de vista de los votantes, de los ciudadanos, la democracia es deseable. Y no sólo lo es como un fin, como lo era cuando México no era democrático, sino, más aún, porque a través de las elecciones libres y equitativas los electores tienen la oportunidad y el medio propicio para manifestar sus preferencias, su diversidad, sus afinidades con los partidos, sus orientaciones valorativas e ideológicas, sus filias y sus fobias hacia los líderes políticos, sus juicios sobre el quehacer de los gobiernos y demás aspectos que influyen en la decisión de voto. El voto, no lo olvidemos, es el instrumento político más poderoso de la democracia. El votante es el depositario de ese poder. Entenderlo es fundamental. Espero que estas páginas hayan contribuido a dicho entendimiento.

Apéndice

En este apéndice se presentan los cuadros con las frecuencias y porcentajes de las variables utilizadas en los análisis estadísticos del libro, así como cuadros y gráficas adicionales que por razones de espacio evitamos poner en el capítulo correspondiente. Asimismo, se incluyen un cuadro y dos mapas con los resultados electorales por estado en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. El lector interesado en esta información puede consultarla a la par de los capítulos, o simplemente contar con ella para propósitos de verificación.

Votación obtenida por las opciones políticas en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 por entidad federativa

Entidad	PAN ^a				PRP ^b				PRD ^c			
	2000		2006		2000		2006		2000		2006	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Aguascalientes	202,335	54.9	193,588	48.0	127,134	34.5	97,513	24.2	26,264	7.1	89,920	22.3
Baja California	429,194	50.7	450,186	48.6	319,477	37.7	203,233	21.9	77,340	9.1	224,275	24.2
Baja California Sur	60,834	36.8	62,127	35.1	56,230	34.0	29,874	16.9	45,229	27.4	77,875	44.0
Campeche	104,498	41.6	99,526	33.0	106,347	42.4	87,412	29.0	35,090	14.0	104,192	33.6
Chiapas	288,204	27.6	245,358	17.7	469,392	45.0	427,351	35.1	272,182	26.1	551,749	45.3
Chihuahua	549,177	49.6	523,914	46.4	460,931	41.7	341,916	30.3	76,810	6.9	212,069	18.8
Coahuila	398,800	49.7	400,894	44.2	311,480	38.8	245,960	27.1	77,393	9.6	225,117	24.8
Colima	106,445	49.4	107,880	42.7	81,099	37.6	76,586	30.3	23,313	10.8	61,434	24.3
Distrito Federal	1'928,035	44.4	1'325,474	27.9	1'060,227	24.4	413,644	8.7	1'146,131	26.4	2'813,112	59.2
Durango	214,361	42.8	255,229	46.0	222,892	45.1	153,990	27.7	50,592	10.2	128,881	23.2
Estado de México	2'239,750	44.5	1'771,515	31.9	1'637,714	32.6	1'033,110	18.6	961,876	19.1	2'469,093	44.5
Guanajuato	1'128,780	62.5	1'155,403	61.0	517,815	28.7	368,789	19.5	121,489	6.7	301,463	15.9
Guerrero	174,962	19.0	160,253	16.7	402,091	43.6	263,055	27.4	332,091	36.0	510,217	53.1
Hidalgo	282,864	35.5	251,772	27.5	355,565	44.6	235,926	25.8	136,861	17.2	385,750	42.2
Jalisco	1'392,535	54.1	1'435,334	50.7	941,962	36.6	705,925	24.9	163,269	6.3	559,266	19.7
Michoacán	419,188	29.3	515,600	35.5	441,871	30.9	283,157	19.5	543,804	38.0	615,535	42.4
Morelos	290,639	46.3	226,340	32.9	193,861	30.9	111,118	16.2	124,368	19.8	312,815	45.5
Nayarit	107,417	30.8	69,097	19.4	173,479	49.7	123,284	34.5	63,121	18.1	152,999	42.9
Nuevo León	760,093	50.6	865,006	50.3	615,907	41.0	488,402	28.4	96,637	6.4	282,384	16.4

Entidad	PAN ^a				PRP ^b				PRD ^c			
	2000		2006		2000		2006		2000		2006	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Oaxaca	301,195	27.5	226,304	17.4	486,496	44.3	428,026	32.9	282,587	25.8	620,062	47.7
Puebla	732,435	43.7	743,831	38.9	698,974	44.7	460,183	24.0	208,688	12.4	639,659	33.4
Querétaro	290,977	53.3	322,975	50.5	192,622	35.3	133,188	20.8	39,629	7.3	160,383	25.1
Quintana Roo	132,383	47.1	111,485	29.7	94,202	33.5	105,086	27.9	50,487	18.0	147,839	39.3
San Luis Potosí	393,997	48.8	462,329	51.0	324,234	40.2	207,602	22.9	72,599	9.0	204,983	22.6
Sinaloa	230,777	24.2	363,461	38.0	621,369	65.2	263,553	27.6	90,488	9.5	304,709	31.6
Sonora	447,496	51.6	468,288	51.2	296,267	34.1	175,365	19.2	114,580	13.2	240,114	26.3
Tabasco	174,840	26.2	31,975	3.6	269,519	40.3	344,526	38.5	213,983	32.0	512,743	57.3
Tamaulipas	521,486	48.4	506,177	42.7	445,737	44.3	317,849	26.8	91,426	8.5	324,491	27.4
Tlaxcala	123,880	36.2	140,128	35.5	127,163	37.2	59,672	15.1	82,073	24.0	180,487	45.7
Veracruz	1'066,719	40.8	1'006,676	35.4	1'008,933	38.6	727,638	25.6	491,791	18.8	1'036,494	36.4
Yucatán	328,503	48.0	364,353	47.5	321,392	47.0	260,116	33.9	27,214	4.0	125,152	16.3
Zacatecas	169,837	34.3	167,806	33.4	197,336	39.8	128,392	25.5	117,375	23.7	187,088	37.2
<i>Región</i>												
Norte	3'619,724	42.7	3'923,847	42.1	3'649,940	43.1	2'472,197	26.5	1'051,761	12.4	2'584,983	27.8
Centro	5'888,580	44.1	4'782,035	32.2	4'266,126	31.9	2'446,841	16.5	2'699,626	20.2	6'961,299	46.9
Centro-Occidente	3'799,432	49.8	3'892,936	48.3	2'663,192	34.9	1'920,584	23.8	994,757	13.0	1'934,252	23.9
Sur	2'681,900	36.6	2'401,466	28.8	3'000,460	41.0	2'461,819	29.5	1'510,636	20.6	3'278,816	39.3

Notas: ^aEl PAN formó la coalición Alianza por el Cambio con el PVEM en 2000. ^bEl PRI formó la Alianza por México con el PVEM en 2006. ^cEl PRD formó la coalición Alianza por México con los partidos PT, PAS, Convergencia y PSN en 2000, y la coalición Por el Bien de Todos con el PT y Convergencia en 2006.

Fuente: Instituto Electoral, Atlas Electoral Federal de México 1994-2006, versión 1.0.

Mapa 1
Ganador de la elección presidencial de 2000 por entidad federativa



Fuente: Instituto Federal Electoral.

Mapa 2
Ganador de la elección presidencial de 2006 por entidad federativa



Fuente: Instituto Federal Electoral.

Cuadro 68
Encuestas preelectorales 2006, Grupo Reforma

“Si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría usted?”

	Ene %	Feb %	Mar %	Abr %	May 1 %	May 2 %	Jun 1 %	Jun 2 %
Felipe Calderón, PAN	30	31	31	38	40	39	35	34
Roberto Madrazo, APM	28	29	25	23	22	22	23	25
López Obrador, CpBT	39	38	41	35	33	35	37	36
Patricia Mercado, ASDYC	–	–	–	3	4	2	3	3
Roberto Campa, NA	–	–	–	1	1	1	1	1

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales preelectorales, publicación del 23 de junio de 2006, p. A6.

Cuadro 69
Distribución de las variables utilizadas en el modelo de regresión
mostrado en el cuadro 15

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Variable dependiente</i>		
Muy panista	2,450	8
Muy priísta	3,029	11
Muy perredista	1,185	4
Algo panista	5,266	19
Algo priísta	3,984	14
Algo perredista	2,777	10
Independientes	9,680	34
No se incluyen las categorías “otro” y “no sabe”		
<i>Variables independientes</i>		
Sexo		
Mujer	19,359	50
Hombre	19,100	50
Edad		
De 18 a 29 años	13,166	34
De 30 a 49 años	16,126	42
De 50 años o más	9,134	24
Localidad		
Rural	11,036	29
Urbana	27,437	71
Región		
Norte	9,837	25

Cuadro 69 (Continuación)

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Centro-Occidente	7,580	20
Sur	8,468	22
Centro	12,588	33
Ingreso		
Hasta 6,000 o 6,500	22,332	75
Más de 6,000 o 6,500	7,348	25
Escolaridad		
Básica	14,691	38
Media	17,000	44
Superior	6,715	18
Católicos devotos	14,380	37
Cualquier otra categoría	24,093	63
Cristianos devotos	1,922	5
Cualquier otra categoría	36,551	95
Índice de exposición a medios		
4 Exposición baja	989	3
5	1,412	4
6	2,890	8
7	3,966	10
8	5,047	13
9	4,423	11
10	5,049	13
11	3,915	10
12	4,293	11
13	2,537	7
14	1,920	5
15	731	2
16 Exposición alta	1,301	3
Sigue las noticias por la televisión		
Mucho	14,497	38
Algo	11,137	29
Poco	10,077	26
Nada	2,762	7
Por la radio		
Mucho	5,817	15
Algo	7,254	19
Poco	13,009	34
Nada	12,393	32
Por el periódico		
Mucho	6,079	16
Algo	6,935	18
Poco	10,904	28
Nada	14,555	38
Por pláticas con la gente		

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Mucho	7,699	20
Algo	10,617	28
Poco	13,202	34
Nada	7,699	20
Autoubicación ideológica		
Izquierda	5,125	14
Centro	17,447	45
Derecha	15,901	41

Nota: En izquierda-derecha la categoría "no sabe" (n = 8,419) se incluyó en centro.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007, archivo fundido de 26 encuestas nacionales.

Cuadro 70
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado en los cuadros 22, 23 y 24

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Variable dependiente</i>		
Identificación partidista en mayo 2002 (5ª ronda panel)		
Muy priista	277	13
Algo priista	333	16
Muy panista	191	9
Algo panista	406	19
Muy perredista	58	3
Algo perredista	144	7
Independientes	703	33
Nota: esta variable se transformó en dicotómicas para cada categoría, dejando a los independientes como base		
<i>Variables independientes</i>		
Variables de la ronda 1, feb. 2000		
Identificación partidista		
Muy priista	358	15
Algo priista	486	20
Muy panista	135	6
Algo panista	377	16
Muy perredista	64	3
Algo perredista	136	6
Independientes	796	34
Autoubicación ideológica		
0= izquierda	148	6
1	31	1

Cuadro 70 (Continuación)

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
2	37	2
3	53	2
4	72	3
5	391	17
6	782	33
7	144	6
8	169	7
9	88	4
10= derecha	446	19
Aprobación al presidente Zedillo		
Aprueba mucho	291	13
Aprueba algo	1,022	46
Ni uno ni otro	387	17
Desaprueba algo	292	13
Desaprueba mucho	257	11
Situación económica personal		
Ha mejorado mucho	42	2
Ha mejorado algo	489	21
Sigue igual	1,328	57
Empeorado algo	326	14
Empeorado mucho	157	6
Voto por Fox	770	33
Voto por Labastida	923	39
Voto por Cárdenas	222	9
Variables de la ronda 5, may. 2002		
Aprobación al presidente Fox		
Aprueba totalmente	392	19
Aprueba algo	823	41
Desaprueba algo	434	21
Desaprueba totalmente	379	19
Situación económica del país		
Ha mejorado mucho	47	2
Ha mejorado algo	309	14
Sigue igual	1,244	57
Empeorado algo	357	16
Empeorado mucho	233	11
Tradición familiar		
Mencionó	480	28
No mencionó	1,253	72
Factores ideológicos/doctrinarios		
Mencionó	481	28
No mencionó	1,252	72

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Factor candidatos		
Mencionó	498	29
No mencionó	1,235	71
Es un partido ganador		
Mencionó	197	11
No mencionó	1,536	89
El partido representa bien a la gente como yo		
Mencionó	339	20
No mencionó	1,394	80
Gobierna bien		
Mencionó	610	35
No mencionó	1,123	65
Variables sociodemográficas, feb. 2000		
Edad		
Entre 18 y 24 años	498	21
Entre 25 y 34 años	651	28
Entre 35 y 44 años	487	21
Entre 45 y 54 años	335	14
Entre 55 y 64 años	218	9
De 65 años o más	160	7
Escolaridad		
No tiene estudios	195	8
Primaria	759	32
Secundaria	666	28
Preparatoria	374	16
Universidad	367	16
Ingreso (número de focos en el hogar)		
1	43	2
2	165	7
3	260	11
4	349	15
5	309	14
6	293	13
7	168	7
8	177	8
9	72	3
10	173	8
Más de 10	287	12

Nota: en el modelo la variable Ingreso (focos) se utilizó desagregada.

Fuentes: Primera ronda de la Encuesta Panel México 2000 (febrero) y su componente panel de quinta ronda en 2002 (mayo).

Cuadro 71
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado en el cuadro 30

	1997		2000		2003		2005	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Variable dependiente</i>								
Izquierda vs. derecha								
Izquierda	146	12	125	12	228	11	198	15
Centro-izquierda	120	9	49	5	174	8	106	8
Centro	521	41	367	34	791	37	405	31
Centro-derecha	306	24	182	17	399	19	230	18
Derecha	175	14	346	32	537	25	354	28
<i>Variables independientes</i>								
Igualdad de ingresos vs. incentivos individuales								
1 = igualdad	145	10	479	34	432	19	305	20
2	64	4	48	3	80	3	59	4
3	131	9	50	4	96	4	48	3
4	110	7	48	3	108	5	38	3
5	207	14	149	11	282	12	154	10
6	128	9	75	5	173	8	113	8
7	133	9	91	6	198	9	104	7
8	186	13	115	8	252	11	186	12
9	116	8	58	4	169	7	147	10
10 = incentivos	251	17	312	22	505	22	348	23
Responsabilidad gobierno vs. individualismo								
1 = gobierno	274	19	446	32	454	20	408	27
2	78	5	50	4	99	5	82	5
3	134	9	53	4	90	4	54	4
4	156	11	63	4	115	5	61	4
5	257	18	170	12	279	12	193	13
6	97	7	77	5	161	7	104	7
7	129	9	73	5	144	6	71	5
8	110	7	111	8	257	11	130	8
9	74	5	64	5	165	7	118	8
10 = individuo	149	10	298	21	534	23	287	19
Mayor respeto por la autoridad								
Bueno	965	64	1,048	68	2,043	86	1,304	84
No importante	435	29	397	26	273	11	203	13
Malo	111	7	90	6	64	3	53	3

	1997		2000		2003		2005	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Tener un sistema político democrático								
Muy bueno	401	27	383	25	537	23	402	26
Bueno	654	43	737	48	1,175	49	853	55
Regular	181	12	242	16	186	8	104	7
Malo	218	14	137	9	342	14	181	11
Muy malo	57	4	36	2	140	6	20	1
Orgullo nacional								
Mucho	1,080	72	1,211	79	2,082	88	1,293	83
Algo	293	19	235	15	239	10	193	12
Poco	76	5	58	4	35	1	59	4
Nada	62	4	31	2	24	1	15	1
Religión es importante								
Mucho	687	46	1,013	66	1,604	67	915	59
Algo	502	33	326	21	484	20	405	26
Poco	258	17	142	9	223	10	178	11
Nada	64	4	54	4	69	3	62	4
Homosexualidad								
1 = nunca se justifica	801	55	702	50	1,048	45	498	34
2	102	7	46	3	59	3	73	5
3	94	6	49	4	76	3	65	5
4	65	4	39	3	58	3	55	4
5	188	13	190	14	479	20	247	17
6	62	4	61	4	99	4	92	6
7	38	3	69	5	123	5	76	5
8	44	3	63	4	115	5	92	7
9	15	1	29	2	54	2	56	4
10 = siempre se justifica	62	4	162	11	230	10	194	13
Aborto								
1 = nunca se justifica	861	59	997	67	1,337	57	809	55
2	92	6	51	4	80	4	96	6
3	79	5	54	4	75	3	59	4
4	45	3	28	2	56	2	47	3
5	177	12	122	8	381	16	175	12
6	59	4	39	3	74	3	55	4
7	39	3	36	2	103	4	53	4
8	24	2	46	3	71	3	58	4
9	28	2	36	2	38	2	35	2
10 = siempre se justifica	54	4	82	5	131	6	97	6
Valores materialistas vs. posmaterialistas								
Materialista	296	21	367	26	562	25	295	19
Mixto	877	62	839	59	1,327	58	917	61
Posmaterialista	249	17	211	15	388	17	300	20

Cuadro 71 (Continuación)

	1997		2000		2003		2005	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Preguntas para construir el índice materialista/posmaterialista								
¿Cuál aspecto es el más importante?								
Mantener el orden en la nación	528	35	454	30	733	31	449	29
Dar mayor oportunidad a la gente de participar en las decisiones del gobierno	405	27	353	23	633	27	432	28
Combatir el alza de precios	306	20	423	27	528	22	378	24
Proteger la libertad de expresión	244	16	233	15	414	17	276	18
No sabe	28	2	72	5	72	3	25	1
¿Y cuál es el segundo más importante?								
Mantener el orden en la nación	315	21	334	22	576	24	301	19
Dar mayor oportunidad a la gente de participar en las decisiones del gobierno	367	24	338	22	552	23	375	24
Combatir el alza de precios	357	24	403	26	639	27	389	25
Proteger la libertad de expresión	388	26	344	22	525	22	447	29
No sabe	84	5	116	8	88	4	48	3

Fuentes: Encuesta Mundial de Valores de México (1997, 2000, 2005) y Encuesta de valores de Banamex (2003).

Cuadro 72
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado en los cuadros 48, 49, 50

	2000		2006	
	n	%	n	%
<i>Variables dependientes</i>				
Voto para Presidente				
PRD	556	17	1,786	36
PRI	1,210	37	1,122	22
PAN	1,442	44	1,902	38
Otro	87	2	222	4
Voto para diputados federales				
PRD	647	20	1,443	29
PRI	1,167	36	1,413	28
PAN	1,310	40	1,756	35
Otro	136	4	415	8
<i>Variables independientes</i>				
Sexo				
Mujer	1,608	48	2,765	48
Hombre	1,769	52	3,050	52
Edad				
De 18 a 29 años	1,143	34	1,741	30
De 30 a 49 años	1,605	48	2,831	49
De 50 años o más	621	18	1,240	21
Escolaridad				
No tiene estudios	282	8	245	4
Primaria	946	28	1,748	30
Secundaria	770	23	1,523	26
Preparatoria o equivalente	588	17	1,042	18
Universidad	779	23	1,239	22
Ingreso medio (1 = 35% más alto)	1,047	31	1,941	33
Identificación				
Panista	886	26	1,464	25
Priísta	1,112	33	1,238	21
Perredista	415	12	1,028	18
Autoubicación ideológica				
Izquierda	679	20	1,171	20
Centro	1,712	51	2,668	46
Derecha	987	29	1,977	34
Opinión del candidato del PAN				
1 = muy mala	560	18	572	11
2	107	3	203	4
3	91	3	246	5
4	139	4	236	4
5	403	13	651	12

Cuadro 72 (Continuación)

	2000		2006	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
6	485	6	487	9
7	237	7	548	10
8	447	14	916	17
9	336	11	571	10
10 = muy buena	665	21	1,005	18
Opinión del candidato del PRI				
1 = muy mala	719	23	894	16
2	91	3	315	6
3	124	4	399	7
4	152	5	335	6
5	414	13	870	16
6	216	7	588	11
7	235	7	557	10
8	352	11	572	11
9	203	6	376	7
10 = muy buena	687	21	516	10
Opinión del candidato del PRD				
1 = muy mala	653	21	847	16
2	140	4	225	4
3	196	6	295	5
4	182	6	260	5
5	535	17	718	13
6	306	10	464	9
7	311	10	444	8
8	370	12	707	13
9	184	6	543	10
10 = muy buena	271	8	924	17
Interés en las campañas				
Mucho	1,618	48	2,492	43
Algo	1,001	30	1,786	31
Poco	576	17	1,170	20
Nada	183	5	367	6
Aprobación presidencial				
Aprueba mucho	684	21	1,537	29
Aprueba algo	1,531	48	2,255	41
Desaprueba algo	531	17	898	16
Desaprueba mucho	455	14	788	14
Situación económica personal				
Ha mejorado mucho	259	8	499	9
Ha mejorado algo	769	23	1,372	24
Sigue igual	1,630	49	3,005	52

	2000		2006	
	n	%	n	%
Ha empeorado algo	407	12	395	7
Ha empeorado mucho	272	8	464	8
Situación económica del país				
Ha mejorado mucho	145	4	442	8
Ha mejorado algo	682	21	1,478	26
Sigue igual	1,511	46	2,766	49
Ha empeorado algo	506	15	501	9
Ha empeorado mucho	450	14	491	8
Asistencia a servicios religiosos				
Más de una vez por semana	429	13	561	10
Una vez por semana	1,226	37	2,050	36
Una vez al mes	677	20	1,181	21
Sólo en ocasiones especiales	731	22	1,324	23
Nunca	257	8	595	10
Católico	2,892	86	4,887	84
No católico	486	14	928	16
Localidades				
Rurales y mixtas	1,185	35	1,679	29
Urbanas	2,192	65	4,136	71
Región				
Norte	780	23	1,514	26
Centro-Occidente	571	17	1,062	18
Centro	1,237	37	1,941	34
Sur	788	23	1,298	22

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006.

Cuadro 73
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado el cuadros 53

	2000		2006	
	n	%	n	%
<i>Variable dependiente</i>				
Votantes probables	2,186	47	2,899	46
<i>Variables independientes</i>				
Sexo				
Mujer	2,330	50	3,237	51
Hombre	2,312	50	3,062	49

Cuadro 73 (Continuación)

	2000		2006	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Edad				
De 18 a 29 años	1,690	37	1,856	29
De 30 a 49 años	1,951	42	2,686	43
De 50 años o más	956	21	1,755	28
Escolaridad				
Preparatoria, superior y posgrado	1,742	38	2,516	40
Categorías inferiores a ese nivel	2,875	62	3,783	60
Intensidad				
Partidista fuerte	1,181	27	1,553	26
Partidista débil	1,693	39	2,090	35
Independiente	1,494	34	2,364	39
Autoubicación ideológica				
1 = izquierda	339	10	439	9
2	61	2	89	2
3	110	3	177	4
4	112	3	220	5
5	579	18	1,056	22
6	247	8	423	9
7	259	8	462	10
8	382	12	650	12
9	208	6	268	5
10 = derecha	971	30	1,047	22
Opinión del candidato del PAN				
0 = muy mala	338	8	645	12
1	64	2	123	2
2	93	2	212	4
3	141	4	263	5
4	196	5	300	6
5	572	14	750	14
6	340	9	461	9
7	398	10	562	10
8	670	17	874	16
9	475	12	505	9
10 = muy buena	681	17	728	13
Opinión acerca del candidato del PRI				
0 = muy mala	313	8	1,109	20
1	69	2	220	4
2	113	3	314	6
3	147	4	363	7

	2000		2006	
	n	%	n	%
4	184	4	323	6
5	550	13	850	16
6	393	10	504	9
7	460	11	441	8
8	640	16	558	10
9	444	11	297	5
10 = muy buena	753	18	503	9
Opinión del candidato del PRD				
0 = muy mala	402	10	967	18
1	96	2	168	3
2	138	3	230	4
3	251	6	318	6
4	301	8	251	4
5	696	18	706	13
6	533	14	418	8
7	498	13	428	8
8	472	12	679	12
9	246	6	507	9
10 = muy buena	313	8	834	15
Índice de exposición a medios				
4 Baja	175	4	207	3
5	271	6	250	4
6	440	9	483	8
7	519	11	537	8
8	681	15	805	13
9	527	11	634	10
10	575	12	832	13
11	415	9	616	10
12	424	9	764	12
13	225	5	433	7
14	175	4	358	6
15	72	2	131	2
16 Alta	136	3	249	4
Sigue noticias por la televisión				
Mucho	1,505	33	2,470	39
Algo	1,366	30	1,841	29
Poco	1,276	27	1,541	25
Nada	488	10	447	7
Por la radio				
Mucho	619	13	1,011	16
Algo	843	18	1,326	21
Poco	1,529	33	1,982	32
Nada	1,644	36	1,980	31

Cuadro 73 (Continuación)

	2000		2006	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Por el periódico				
Mucho	597	13	1,017	16
Algo	678	14	1,222	19
Poco	1,242	27	1,739	28
Nada	2,418	16	2,321	37
Por pláticas con la gente				
Mucho	674	14	1,179	19
Algo	1,205	26	1,711	27
Poco	1,597	35	2,046	32
Nada	1,159	25	1,363	22

Fuente: *Reforma*, últimas tres encuestas nacionales preelectorales (mayo a junio), 2000 y 2006.

Cuadro 74
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado en el cuadro 55

	<i>n</i>	Porcentaje
<i>Variable dependiente</i>		
Votantes probables	774	50
<i>Variables independientes</i>		
Edad		
De 18 a 29 años	571	37
De 30 a 49 años	634	42
De 50 años o más	324	21
Escolaridad		
Básica	602	39
Media	641	42
Superior	295	19
Intensidad		
Partidista fuerte	348	24
Partidista débil	539	37
Independientes	576	39
Índice de exposición a medios		
4 Baja	55	3
5	70	4
6	125	8
7	163	11
8	215	14

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
9	180	12
10	206	13
11	151	10
12	133	9
13	93	6
14	75	5
15	24	1
16 Alta	55	4
Sigue noticias por la televisión		
Mucho	553	36
Algo	459	30
Poco	399	26
Nada	134	8
Por la radio		
Mucho	226	15
Algo	300	19
Poco	480	31
Nada	539	35
Por el periódico		
Mucho	224	15
Algo	219	14
Poco	419	27
Nada	683	44
Por pláticas con la gente		
Mucho	272	18
Algo	423	27
Poco	512	33
Nada	338	22
Sabe la fecha completa de la elección	1,292	84
No la sabe / no recuerda	253	16
Opinión acerca del IFE		
1 = muy mala	29	2
2	9	1
3	20	2
4	15	1
5	100	8
6	79	6
7	131	10
8	313	24
9	238	18
10 = muy buena	363	28
Está seguro de por quién votar	1,136	73
No está seguro	409	27
Ha persuadido a otros sobre el voto	233	15
No ha persuadido a otros sobre el voto	1,312	85

Cuadro 74 (Continuación)

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Percepción de que Fox gane		
0 = es seguro que pierda	138	10
1	23	2
2	34	3
3	44	3
4	58	4
5	186	14
6	91	7
7	132	10
8	206	15
9	153	12
10 = es seguro que gane	262	20
Percepciones de campaña negativa (índice)		
0 = ningún candidato criticó a los otros	332	22
1	377	24
2	482	31
3 = los tres candidatos criticaron a los otros	354	23
¿Qué ha hecho en su campaña Vicente Fox?		
Comunicar propuestas	337	22
Criticar a otros candidatos	953	62
Ni uno ni otro	103	7
No sabe	152	10
¿Qué ha hecho en su campaña F. La- bastida?		
Comunicar propuestas	553	36
Criticar a otros candidatos	725	47
Ni uno ni otro	119	8
No sabe	148	10
¿Qué ha hecho en su campaña C. Cárdenas?		
Comunicar propuestas	495	32
Criticar a otros candidatos	725	47
Ni uno ni otro	151	10
No sabe	174	12

Fuente: *Reforma*, encuesta preelectoral nacional en vivienda, junio 2000.

Cuadro 75
Distribución de las variables utilizadas
en el modelo de regresión mostrado en el cuadro 56

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Variable dependiente</i>		
Votantes probables	857	33
<i>Variables independientes</i>		
Sexo		
Mujer	1,013	50
Hombre	1,001	50
Edad ^a		
De 18 a 29 años	680	34
De 30 a 49 años	820	41
De 50 años o más	514	25
Escolaridad		
Preparatoria, superior y posgrado	799	40
Categorías inferiores a ese nivel	1,215	60
Intensidad		
Partidista fuerte	435	23
Partidista débil	646	35
Independiente	772	42
Ideología (posturas extremas: 1-4 y 7-10)	504	25
Autoubicación ideológica		
1 = izquierda	121	6
2	15	1
3	16	1
4	19	1
5	126	6
6	30	1
7	24	1
8	44	2
9	19	1
10 = derecha	246	12
No sabe	478	24
No utiliza esta escala	876	44
Opinión sobre Felipe Calderón		
0 = muy mala	305	15
1	113	6
2	60	3
3	66	3
4	80	4
5	389	19
6	239	12
7	115	6
8	201	10
9	106	5
10 = muy buena	340	17

Cuadro 75 (Continuación)

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Opinión sobre Roberto Madrazo		
0 = muy mala	342	17
1	118	6
2	96	5
3	103	5
4	245	12
5	371	18
6	126	6
7	130	7
8	118	6
9	78	4
10 = muy buena	287	14
Opinión sobre López Obrador		
0 = muy mala	320	16
1	128	6
2	67	3
3	75	4
4	89	4
5	562	28
6	131	7
7	124	6
8	145	7
9	78	4
10 = muy buena	295	15
Índice de exposición a medios		
4 Baja	216	11
5	61	3
6	212	10
7	194	10
8	481	24
9	74	4
10	128	6
11	93	4
12	217	11
13	59	3
14	79	4
15	61	3
16	77	4
17	22	1
18	16	1
19	5	0
20 Alta	19	1

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Sigue noticias por la televisión		
Todos los días o casi todos los días	1,023	51
3 o 4 días por semana	322	16
1 o 2 días por semana	282	14
Con menor frecuencia	93	4
Nunca	294	15
Por la radio		
Todos los días o casi todos los días	359	18
3 o 4 días por semana	118	7
1 o 2 días por semana	107	5
Con menor frecuencia	130	6
Nunca	1,300	64
Por el periódico		
Todos los días o casi todos los días	252	12
3 o 4 días por semana	152	7
1 o 2 días por semana	197	10
Con menor frecuencia	139	8
Nunca	1,274	63
Por revistas		
Todos los días o casi todos los días	35	2
3 o 4 días por semana	29	1
1 o 2 días por semana	62	3
Con menor frecuencia	124	6
Nunca	1,764	88
Índice de conversación sobre temas de política		
4 Baja	273	13
5	218	11
6	235	12
7	261	13
8	259	13
9	163	8
10	174	9
11	106	5
12	115	6
13	86	4
14	39	2
15	31	1
16 Alta	54	3
Frecuencia con la que habla de las campañas...		
Con su familia		
Frecuentemente	416	21
Algunas veces	566	28
Rara vez	606	30
Nunca	426	21

Cuadro 75 (Continuación)

	<i>n</i>	<i>Porcentaje</i>
Con sus amigos		
Frecuentemente	295	35
Algunas veces	438	28
Rara vez	570	22
Nunca	711	15
Con sus vecinos		
Frecuentemente	125	60
Algunas veces	240	22
Rara vez	450	12
Nunca	1,199	6
Con sus compañeros de trabajo		
Frecuentemente	223	11
Algunas veces	276	14
Rara vez	338	17
Nunca	1,177	58
Lo contactó algún partido		
Sí	424	21
No	1,590	79
La democracia es el mejor sistema		
Muy de acuerdo	1,107	55
Algo de acuerdo	504	27
Algo en desacuerdo	224	11
Muy en desacuerdo	83	4
No sabe	60	3
Satisfacción con la democracia		
Muy satisfecho	151	7
Algo satisfecho	727	36
Poco satisfecho	691	34
Nada satisfecho	445	22
Las elecciones son libres y equitativas		
Son completamente libres y equitativas	602	23
Son libres y equitativas pero con problemas menores	394	15
Libres y equitativas pero con problemas severos	394	15
No son libres ni equitativas	361	14
Beneficiarios de programas federales		
Sí	456	23
No	1,558	77
Pertenece a dos o más organizaciones		
Sí	603	29
No	1,499	71

	<i>n</i>	Porcentaje
Pertenece a las siguientes organizaciones (Sí pertenece)		
Grupo religioso	303	14
Sindicato	134	6
Club deportivo	121	6
Organización de padres de familia	96	5
Asociación de vecinos	73	4
Partido o grupo político	65	3
Grupo educativo, artístico, cultural	61	3
Asociaciones de productores agrícolas	40	2
Grupo de jóvenes, mujeres o tercera edad	37	2
Asociación profesional o gremial	32	2
Grupo ambientalista	13	1
Organización feminista	8	0
Organizaciones de fraternidades	6	0
Asociaciones de grupos étnicos	5	0
Asociaciones de veteranos de guerra	2	0
Alguna otra organización	15	1

^a En el modelo la variable *edad* se utilizó desagregada.

Fuente: Estudio panel CNEP-III México, rondas preelectoral y postelectoral, junio-julio 2006.

Cuadro 76
Serie de encuestas trimestrales sobre aprobación presidencial de *Reforma*;
datos utilizados en las gráficas 20 y 21

		<i>Aprueba</i> %	<i>Desaprueba</i> %	<i>Aprobación neta</i> ^a %
1995	Marzo	53	34	19
	Junio	31	61	-30
	Septiembre	34	56	-22
	Diciembre	31	60	-29
1996	Marzo	41	48	-7
	Junio	35	57	-22
	Septiembre	46	46	0
	Diciembre	45	42	3
1997	Marzo	54	39	15
	Junio	52	37	15
	Septiembre	59	32	27
	Diciembre	60	32	28
1998	Marzo	59	32	27
	Junio	55	36	19
	Septiembre	52	34	18
	Diciembre	61	28	33

Cuadro 76 (Continuación)

		<i>Aprueba</i> %	<i>Desaprueba</i> %	<i>Aprobación neta</i> ^a %
1999	Marzo	65	26	39
	Junio	61	31	30
	Septiembre	66	27	39
	Diciembre	67	26	41
2000	Marzo	69	25	44
	Junio	67	26	41
	Septiembre	69	22	47
	Diciembre	69	21	48
2001	Febrero	70	11	59
	Mayo	65	24	41
	Agosto	64	25	39
	Noviembre	61	29	32
2002	Marzo	47	42	5
	Junio	57	35	22
	Septiembre	61	31	30
	Diciembre	59	31	28
2003	Marzo	58	32	26
	Junio	64	30	34
	Septiembre	57	35	22
	Diciembre	58	34	24
2004	Marzo	55	35	20
	Junio	54	34	20
	Septiembre	54	36	18
	Diciembre	57	32	25
2005	Marzo	59	29	30
	Junio	56	34	22
	Septiembre	61	30	31
	Diciembre	62	27	35
2006	Marzo	64	29	35
	Junio	64	29	35
	Septiembre	68	26	42
	Diciembre	61	28	33
2007	Marzo	59	23	36
	Junio	65	21	44
	Septiembre	65	20	45
	Diciembre	64	23	41

^aAprobación neta: % aprobación menos % desaprobación.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre 1995 y 2007.

Cuadro 77
Aprobación presidencial según la identificación partidista
de los entrevistados; datos utilizados en la gráfica 22

	<i>Panista</i> %	<i>Priísta</i> %	<i>Perredista</i> %	<i>Independiente</i> %
2001				
Febrero	85	56	67	63
Mayo	84	46	56	64
Agosto	85	47	58	56
Noviembre	84	48	54	55
2002				
Marzo	73	39	36	43
Junio	80	46	40	52
Septiembre	87	48	50	58
Diciembre	83	46	46	54
2003				
Marzo	86	45	48	53
Junio	84	44	44	53
Septiembre	82	43	41	53
Diciembre	82	47	48	54
2004				
Marzo	78	43	43	50
Junio	84	42	37	51
Septiembre	81	49	44	46
Diciembre	84	45	40	55
2005				
Febrero	83	49	42	56
Mayo	83	51	40	51
Agosto	89	55	46	52
Noviembre	84	51	54	58
2006				
Febrero	86	54	50	66
Mayo	89	55	43	64
Agosto	90	61	38	67
Noviembre	81	54	36	57
2007				
Febrero	81	55	30	55
Mayo	85	61	39	61
Agosto	82	65	43	59
Noviembre	84	69	46	57

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre febrero de 2004 y noviembre de 2007.

Cuadro 78
Aprobación presidencial y apoyo partidario; datos utilizados en la gráfica 23

	<i>Aprobación presidencial</i> %	<i>Identificación panista</i> %	<i>Voto por PAN</i> %
2001			
Febrero	70	36	49
Mayo	65	32	40
Agosto	64	31	40
Noviembre	61	27	34
2002			
Marzo	47	19	25
Junio	57	26	32
Septiembre	62	25	29
Diciembre	59	28	36
2003			
Marzo	59	27	32
Junio	64	22	28
Septiembre	57	26	21
Diciembre	58	22	20
2004			
Marzo	55	26	22
Junio	54	23	23
Septiembre	55	23	21
Diciembre	57	23	19
2005			
Febrero	58	24	22
Mayo	56	21	23
Agosto	61	23	26
Noviembre	62	24	27
2006			
Febrero	64	19	32
Mayo	64	21	37
Agosto	68	29	36
Noviembre	61	32	44
2007			
Febrero	58	28	39
Mayo	65	31	42
Agosto	65	31	40
Noviembre	64	24	32

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre febrero de 2001 y noviembre de 2007.

Cuadro 79
Evaluaciones de la situación económica personal 2001-2007; datos utilizados en
la gráfica 24 (la columna de la derecha).

	Mejoró %	Sigue igual %	Empeoró %	No sabe %	Porcentaje neto ^a
2001					
Febrero	25	61	12	2	13
Mayo	20	63	15	2	5
Agosto	22	61	16	1	6
Noviembre	20	59	20	1	0
2002					
Marzo	13	59	27	1	-14
Septiembre	22	54	23	1	-1
Diciembre	20	54	25	1	-5
2003					
Marzo	21	55	23	1	-2
Junio	22	55	22	1	0
Septiembre	20	54	25	1	-5
Diciembre	21	50	28	1	-7
2004					
Marzo	23	53	23	1	0
Junio	20	53	25	2	-5
Septiembre	21	54	24	1	-3
Diciembre	24	49	26	1	-2
2005					
Febrero	24	54	20	2	4
Mayo	22	52	25	1	-3
Agosto	20	56	22	2	-2
Noviembre	23	54	20	3	3
2006					
Febrero	28	54	16	2	12
Mayo	24	56	18	2	6
Agosto	27	54	17	2	10
Noviembre	25	54	20	1	5
2007					
Febrero	16	58	24	2	-8
Mayo	17	62	20	1	-3
Agosto	20	62	15	3	5
Noviembre	17	62	19	2	-2

^aPorcentaje neto: % mejoró menos % empeoró.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007.

Cuadro 80
Evaluaciones de la situación económica nacional 2001-2007; datos utilizados
en la gráfica 25 (la columna de la derecha)

	<i>Mejóro</i> %	<i>Sigue igual</i> %	<i>Empeoró</i> %	<i>No sabe</i> %	<i>Porcentaje neto</i>
2001					
Febrero	24	58	12	6	12
Mayo	19	60	15	6	4
Agosto	24	55	16	5	8
Noviembre	17	55	23	5	-6
2002					
Marzo	13	50	33	4	-20
Septiembre	22	52	23	3	-1
Diciembre	19	54	24	3	-5
2003					
Marzo	18	51	27	4	-9
Junio	20	53	24	3	-4
Septiembre	17	52	29	2	-12
Diciembre	16	51	28	5	-12
2004					
Marzo	19	53	25	3	-6
Junio	19	50	28	3	-9
Septiembre	20	52	25	3	-5
Diciembre	21	51	25	3	-4
2005					
Febrero	23	53	21	3	2
Mayo	20	50	27	3	-7
Agosto	24	49	24	3	0
Noviembre	27	50	20	3	7
2006					
Febrero	25	52	19	4	6
Mayo	23	53	21	3	2
Agosto	27	50	18	5	9
Noviembre	24	54	20	2	4
2007					
Febrero	18	50	27	5	-9
Mayo	22	56	20	2	2
Agosto	25	58	14	3	11
Noviembre	24	55	18	3	6

^aPorcentaje neto: % mejoró menos % empeoró.

Fuente: *Reforma*, encuestas nacionales trimestrales realizadas entre enero de 2001 y mayo de 2007.

Cuadro 81
 Determinantes del voto para presidente en 2000
 (Modelo logístico multinomial).
 Datos utilizados para alimentar al cuadro 49

	<i>Decisión temprana^a</i>				<i>Decisión tardía^b</i>			
	<i>PRD/PAN</i>		<i>PRI/PAN</i>		<i>PRD/PAN</i>		<i>PRI/PAN</i>	
	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
Constante	0.887		-1.716		-0.839		-1.948	
Sexo (1 = mujer)	-0.108		0.437		0.791	**	0.385	
Edad	0.127		0.075		0.116		0.233	
Escolaridad	-0.164		-0.087		-0.002		-0.058	
Ingreso (1 = 35% más alto)	-0.385		-0.271		-0.580		-0.124	
Panista	-1.887	***	-1.689	***	-1.852	***	-2.004	***
Priísta	-0.659		2.465	***	-1.248	*	1.748	***
Perredista	2.883	***	0.636		1.454	***	-0.523	
Autoubicación izquierda-derecha	-0.088		0.327		0.136		0.267	
Opinión acerca del candidato del PAN	-0.526	***	-0.465	***	-0.602	***	-0.464	***
Opinión acerca del candidato del PRI	0.004		0.446	***	-0.142	*	0.419	***
Opinión acerca del candidato del PRD	0.448	***	-0.023		0.550	***	0.014	
Interés en las campañas	-0.033		-0.024		-0.087		-0.190	
Aprobación presidencial	-0.008		0.345	*	-0.001		0.372	*
Situación económica personal	-0.041		0.182		0.390	*	0.228	
Situación económica del país	0.023		-0.016		-0.076		0.098	
Asistencia a servicios religiosos	-0.128		-0.222	*	-0.032		-0.401	***
Católico	-0.144		-0.506		-0.005		0.471	
Localidad rural o mixta	0.389		0.279		0.347		0.156	
Región Norte	-0.481		-0.111		-0.675		-0.723	*
Región Centro-Occidente	-0.308		0.363		-0.787		-0.019	
Región Sur	0.368		0.319		-0.396		-0.077	

Casos incluidos en el análisis: 1,845 en los que decidieron su voto antes de las campañas y 921 en los que decidieron después. Bondad de ajuste del modelo: $-2 \log$ verosimilitud 1126.52 en los que eligieron antes de las campañas y 1030.75 en los que eligieron después; Ji-cuadrada: 2933.38 en los que eligieron antes y 1065.25 en los que eligieron después; Significancia: 0.000 para ambos años; Pseudo R² (Cox y Snell): 0.79 en los que eligieron antes y 0.68 en los que eligieron después. Niveles de significancia de los coeficientes: *** p < 0.004; ** p < 0.04, * p < 0.05.

^aDecidieron su voto antes de los últimos tres meses de las campañas. ^bDecidieron su voto en los últimos tres meses de campaña y hasta el mismo día de la elección.

Fuente: Grupo Reforma, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2000 (n = 3,377).

Cuadro 82
 Determinantes del voto para presidente en 2006
 (Modelo logístico multinomial).
 Datos utilizados para alimentar al cuadro 49

	<i>Decisión temprana^a</i>				<i>Decisión tardía^b</i>			
	<i>PRD/PAN</i>		<i>PRI/PAN</i>		<i>PRD/PAN</i>		<i>PRI/PAN</i>	
	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>B</i>	<i>Sig.</i>
Constante	2.779	**	1.957		3.030	**	3.312	***
Sexo (1 = mujer)	-0.030		0.118		-0.075		-0.171	
Edad	-0.014		-0.196		-0.085		-0.134	
Escolaridad	0.161		-0.111		-0.016		-0.330	**
Ingreso (1 = 35% más alto)	-0.102		-0.036		-0.272		-0.039	
Panista	-2.454	***	-1.149	***	-1.592	***	-1.559	***
Priísta	-0.124		2.805	***	0.622	*	2.261	***
Perredista	2.234	***	0.762		2.383	***	0.349	
Autoubicación izquierda-derecha	-0.467	**	-0.182		-0.110		0.051	
Opinión acerca del candidato del PAN	-0.586	***	-0.576	***	-0.665	***	-0.680	***
Opinión acerca del candidato del PRI	-0.070		0.452	***	-0.090	*	0.528	***
Opinión acerca del candidato del PRD	0.710	***	0.127	**	0.722	***	0.119	**
Interés en las campañas	-0.219		-0.226		0.138		-0.023	
Aprobación presidencial	-0.357	*	-0.302	*	-0.433	**	-0.399	**
Situación económica personal	-0.044		0.010		-0.156		-0.136	
Situación económica del país	-0.269		-0.244		-0.266	*	-0.260	
Asistencia a servicios religiosos	0.015		0.159		0.063		0.163	
Católico	0.736	*	0.019		-0.368		-0.655	*
Localidad rural o mixta	-0.264		0.384		-0.288		0.317	
Región Norte	-0.367		0.451		0.209		0.402	
Región Centro-Occidente	-0.658	*	-0.340		0.363		0.250	
Región Sur	0.544		0.279		0.560	*	0.953	**

Casos incluidos en el análisis: 2,496 en los que decidieron su voto antes de las campañas y 1,826 en los que decidieron después. Bondad de ajuste del modelo: $-2 \log$ verosimilitud 1679.71 en los que eligieron antes de las campañas y 2200.58 en los que eligieron después; Ji-cuadrada: 4067.98 en los que eligieron antes y 2349.80 en los que eligieron después; Significancia: 0.000 para ambos años; Pseudo R2 (Cox y Snell): 0.80 en los que eligieron antes y 0.72 en los que eligieron después. Niveles de significancia de los coeficientes: *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$.

^aDecidieron su voto antes de los últimos tres meses de las campañas. ^bDecidieron su voto en los últimos tres meses de campaña y hasta el mismo día de la elección.

Fuente: Grupo Reforma, encuestas nacionales de salida (*exit polls*) realizadas a votantes en las elecciones presidenciales de 2006 (n = 4,342).

Encuestas realizadas entre 1986 y 1997 por distintas empresas

Año	Empresa o patrocinador	Mes del levantamiento	Entrevistas
1986	<i>New York Times</i>	n.d.	
1989	<i>Los Angeles Times</i> -PEAC	n.d.	1,496
1991	<i>Los Angeles Times</i> -PEAC	Septiembre	1,547
1994	Belden & Russonello-Ciencia Aplicada	Junio	1,526
1994	Mori de México	Junio	
1996	<i>Los Angeles Times-Reforma</i>	Agosto	1,500
1997	ITAM-Arcop	Agosto	1,242
	Total de entrevistas		7,311

Nota: todas las encuestas se realizaron cara a cara en vivienda, y especificaron en su metodología tener una cobertura nacional. n.d. No disponible.

Encuestas nacionales de valores

Nombre	Año	Mes del levantamiento	Entrevistas	Cobertura
Encuesta Mundial de Valores	1990	Junio-julio	1,531	Nacional, 42 ciudades
Encuesta Mundial de Valores	1995-1997	Varios meses	1,511	Nacional, 32 entidades
Encuesta Mundial de Valores	2000	Febrero	1,535	Nacional, 32 entidades
Encuesta Mundial de Valores	2005	Noviembre	1,560	Nacional, 32 entidades
Valores de los mexicanos, Banamex	2003	Junio	2,380	Nacional, 32 entidades
Total de entrevistas			8,517	

Encuestas trimestrales de evaluación al presidente Ernesto Zedillo (1995-2000), periódico *Reforma*

Núm.	Año	Trimestre de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura
1	1995	Marzo	Marzo 4-6	1,100	4 ciudades
2		Junio	Junio 5-8	1,100	4 ciudades
3		Septiembre	Agosto 23-27	1,100	10 ciudades
4		Diciembre	Noviembre 25-26	1,500	14 entidades
5	1996	Marzo	Febrero 22-28	1,400	26 entidades
6		Junio	Mayo 18-30	1,500	25 entidades

Núm.	Año	Trimestre de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura
7		Septiembre	Agosto 19-28	1,500	23 entidades
8		Diciembre	Noviembre 23-24	1,500	23 entidades
9	1997	Marzo	Febrero 22-23	1,550	26 entidades
10		Junio	Mayo 23-30	1,112	Nacional, 31 entidades
11		Septiembre	Agosto 18-26	1,266	Nacional, 32 entidades
12		Diciembre	Noviembre 8-21	1,200	Nacional, 32 entidades
13	1998	Marzo	Febrero 21-24	1,200	Nacional, 32 entidades
14		Junio	Mayo 22-25	1,190	Nacional, 32 entidades
15		Septiembre	Agosto 14-17	1,200	Nacional, 32 entidades
16		Diciembre	Noviembre 14-17	1,198	Nacional, 32 entidades
17	1999	Marzo	Febrero 13-23	1,191	Nacional, 32 entidades
18		Junio	Mayo 14-18	1,519	Nacional, 32 entidades
19		Septiembre	Agosto 13-16	1,550	Nacional, 32 entidades
20		Diciembre	Noviembre 19-22	1,542	Nacional, 32 entidades
21	2000	Marzo*	Febrero 11-14	1,510	Nacional, 32 entidades
22		Junio*	Mayo 12-14	1,547	Nacional, 32 entidades
23		Septiembre	Agosto 18-22	1,549	Nacional, 32 entidades
24		Diciembre	Noviembre 17-19	1,543	Nacional, 32 entidades
Total de entrevistas:				32,567	

*También se utilizaron como encuestas preelectorales durante las campañas presidenciales de 2000.

Nota: todas las encuestas se hicieron cara a cara en vivienda, con el patrocinio y realización del propio diario *Reforma*.

Encuestas trimestrales de evaluación al presidente Vicente Fox (2001-2006), periódico *Reforma*

Núm.	Año	Trimestre de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
1	2001	Febrero	Enero 19-21	1,195	32
2		Mayo	Abril 28-29	1,195	32
3		Agosto	Julio 14-15	1,196	32
4		Diciembre	Noviembre 16-18	1,200	32
5	2002	Marzo	Febrero 16-18	1,499	32
6		Junio	Mayo 11, 12, 18-19	1,195	32
7		Septiembre	Agosto 16-19	1,500	32
8		Diciembre	Noviembre 15-19	1,500	32
9	2003	Marzo	Febrero 15-17	1,498	32
10		Junio	Mayo 16-19	1,515	32
11		Septiembre	Agosto 15-18	1,484	32
12		Diciembre	Noviembre 15-17	1,513	32
13	2004	Marzo	Febrero 14-16	1,510	32

Núm.	Año	Trimestre de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
14		Junio	Mayo 14-16	1,515	32
15		Septiembre	Agosto 14-15	1,515	32
16		Diciembre	Noviembre 20-21	1,515	32
17	2005	Marzo	Febrero 18-21	1,507	32
18		Junio	Mayo 20-22	1,515	32
19		Septiembre	Agosto 19-22	1,515	32
20		Diciembre	Noviembre 11-14	1,515	32
21	2006	Marzo*	Febrero 11-12	1,717	32
22		Junio*	Mayo 19-21	2,099	32
23		Septiembre	Agosto 18-20	1,515	32
24		Diciembre	Noviembre 24-26	1,515	32
Total de entrevistas:				35,443	

*También se utilizaron como encuestas preelectorales durante las campañas presidenciales de 2006.

Nota: todas las encuestas se hicieron cara a cara en vivienda, con el patrocinio y realización del propio diario *Reforma*.

Encuestas trimestrales de evaluación al presidente Felipe Calderón (2007-), periódico *Reforma*

Núm.	Año	Trimestre de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
1	2007	Marzo	Febrero 16-18	1,515	32
2		Junio	Mayo 18-20	1,515	32
3		Septiembre	Agosto 17-20	1,515	32
4		Diciembre	Noviembre 16-18	1,530	32
Total de entrevistas:				6,075	

Nota: todas las encuestas se hicieron cara a cara en vivienda, con el patrocinio y realización del propio diario *Reforma*.

Encuestas nacionales a la salida de las casillas (*exit polls*), elecciones presidenciales de 2000 y 2006, periódico *Reforma*

Núm.	Año	Fecha de publicación	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
1	2000	Julio 3	Julio 2	3,377	32
2	2006	Julio 3	Julio 2	5,815	32
Total de entrevistas:				9,192	

Nota 1: Las muestras de las encuestas de salida incluyeron 150 secciones electorales en 2000 y 140 en 2006.

Nota 2: Todas las entrevistas se hicieron cara a cara a la salida de las casillas, con el patrocinio y realización del propio diario *Reforma*.

Encuestas nacionales preelectorales para el periodo enero-junio de 2000 y 2006,
periódico *Reforma*

Núm.	Año	Fecha de levantamiento	Entrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
1	2000	Enero	1,544	32
2		Febrero ^a	—	32
3		Marzo	1,533	32
4		Abril	1,647	32
5		Mayo 12-14 ^a	—	32
6		Mayo 27-28	1,550	32
7		Junio	1,545	32
		Total de entrevistas:	7,819	
		Contando las trimestrales:	10,876	32
1	2006	Enero	1,515	32
2		Febrero ^b	—	32
3		Marzo	2,100	32
4		Abril	2,100	32
5		Abril	2,100	32
6		Mayo ^b	—	32
7		Junio	2,100	32
8		Junio	2,100	32
		Total de entrevistas:	12,015	
		Contando las trimestrales:	15,831	

Nota: Todas las encuestas se hicieron cara a cara en vivienda, con el patrocinio y realización del propio diario *Reforma*.

^aLas encuestas realizadas en febrero y principios de mayo forman parte de la serie trimestral de evaluación al presidente Zedillo, descritas en el cuadro respectivo, por lo que la contabilidad de entrevistas se omite en este cuadro para evitar duplicación.

^bLas encuestas realizadas en febrero y mayo forman parte de la serie trimestral de evaluación al presidente Fox, descritas en el cuadro respectivo, por lo que la contabilidad de entrevistas se omite en este cuadro para evitar duplicación.

Encuestas nacionales tipo panel

Nombre	Año	Fecha de levantamiento	Entrevistas y reentrevistas	Cobertura nacional (núm. de entidades)
Estudio Panel México 2000, de 4 rondas	2000			
Primera ronda		Octubre 1999	2,392 (e)	32
Segunda ronda		Abril 2000	952 (r)	32
Tercera ronda		Mayo	974 (r)	32
Cuarta ronda		Julio	1,254 (r)	32
Transversal, 4a ronda		Julio	1,199 (e)	32

<i>Nombre</i>	<i>Año</i>	<i>Fecha de levantamiento</i>	<i>Entrevistas y reentrevistas</i>	<i>Cobertura nacional (núm. de entidades)</i>
Componente Panel 2002 (5ª ronda)	2002	Mayo	975 (r)	32
Estudio Panel México 2006, de 3 rondas ^a	2006			
Primera ronda		Febrero	1,600 (e)	32
Segunda ronda		Mayo	1,177 (r)	32
Tercera ronda		Julio	1,067 (r)	32
Transversal 3a ronda		Julio	714 (e)	32
Encuesta CNEP-III México (Comparative National Election Project) de 2 rondas	2006			32
Primera ronda		Junio	2,014	
			1,503	
			(2,012	
Segunda ronda		Julio	con transversal]	
Transversal, 2a ronda		Julio	509	
		Total de entrevistas:	16,330	
		Sin reentrevistas:	8,428	

^aEl estudio Panel México 2006 incluyó una sobremuestra en el DE, la cual no se considera para el tamaño de muestra a nivel nacional mostrado en el cuadro.

Encuestas especiales realizadas por el periódico *Reforma* y utilizadas en el análisis

<i>Nombre</i>	<i>Año</i>	<i>Fecha de levantamiento</i>	<i>Entrevistas</i>	<i>Cobertura</i>
Encuesta a niños ^a	2000	Abril	519	Nacional, 32 entidades
Abstencionistas ^b	2006	Julio 2-3	798	Nacional, 32 entidades
Delegados numerarios del PAN Asamblea nacional (Querétaro)	2004		465	Muestra de delegados asistentes
Asamblea nacional (León)	2007		690	Muestra de delegados asistentes
		Total de entrevistas:	2,472	

^aComponente adicional de niños a la encuesta nacional preelectoral de abril de 2000. Al final de la entrevista con el adulto seleccionado se preguntó si había en el mismo hogar algún niño niña o adolescente entre 9 y 16 años de edad; en caso afirmativo, se solicitó aplicar la encuesta.

^bSe realizó como una extensión de la encuesta nacional de salida en 2006 en las mismas localidades de la muestra de ese estudio. Las entrevistas se hicieron en hogares a personas que expresamente dijeron no haber votado en la elección.

Encuestas a diputados federales, periódico *Reforma*

<i>Legislatura</i>	<i>Año</i>	<i>Fecha de levantamiento</i>	<i>Entrevistas</i>
LVIII	2000	Octubre-noviembre	130
	2001	Octubre-noviembre	130
	2002	Octubre-noviembre	188
LIX	2003	Octubre-noviembre	180
	2004	Octubre-noviembre	287
LX	2007	Febrero-marzo	290
Total de entrevistas:			1,205

Bibliografía

- AARDAL, Bernt y Peter van Wijnen (2005), "Issue Voting", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- ABRAMOWITZ, Alan I. (1985), "Economic Conditions, Presidential Popularity, and Voting Behavior in Midterm Congressional Elections", *Journal of Politics*, vol. 47, pp. 31-43.
- ABRAMOWITZ, Alan I. y Kyle L. Saunders (1998), "Ideological Realignment in the U.S. Electorate", *Journal of Politics*, vol. 60, núm. 3, pp. 634-652.
- ABRAMSON, Paul R. (1976), "Generational Change and the Decline of Party Identification in America: 1952-1974", *American Political Science Review*, vol. 70, núm. 2, pp. 469-478.
- ACHEN, Christopher H. (2002), "Parental Socialization and Rational Party Identification", *Political Behavior*, vol. 24, núm. 2, pp. 151-170.
- ALDRICH, John H. (1993), "Rational Choice and Turnout", *American Journal of Political Science*, 37, pp. 246-278.
- ALESINA, Alberto y Nouriel Roubini (con Gerald D. Cohen) (1999), *Political Cycles and the Macroeconomy*, Cambridge, MIT Press.
- ALLSOP, Dee y Herbert F. Weisberg (1988), "Measuring Change in Party Identification in an Election Campaigning", *American Journal of Political Science*, vol. 32, núm. 4, pp. 996-1017.
- ALMOND, Gabriel y Sidney Verba (1963/1989), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Newbury Park, Sage Publications.
- ÁLVAREZ, R. Michael (1995), *Information and Elections*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- AMES, Barry (1970), "Bases of Support for Mexico's Dominant Party", *American Political Science Review*, marzo, pp. 153-167.
- ANSOLABEHRE, Stephen y Shanto Iyengar (1995), *Going Negative: How Political Advertisements Shrink and Polarize the Electorate*, Nueva York, Free Press.

- ARROW, Kenneth J. (1951), *Social Choice and Individual Values*, Nueva York, John Wiley and Sons.
- BAKER, Kendall L. (1978), "Generational Differences in the Role of Party Identification in German Political Behavior", *American Journal of Political Science*, vol. 22, núm. 1, pp. 106-129.
- BARNES, Samuel H., Peter McDonough y Antonio López Pina (1985), "The Development of Partisanship in New Democracies: The Case of Spain", *American Journal of Political Science*, vol. 29, núm. 4, pp. 695-720.
- BARNES, Samuel H., M. Kent Jennings, Ronald Inglehart y Barbara Farah (1988), "Party Identification and Party Closeness in Comparative Perspective", *Political Behavior*, vol. 10, núm. 3, pp. 215-231.
- BARTELS, Larry M. (2000), "Partisanship and Voting Behavior, 1952-1996", *American Journal of Political Science*, vol. 44, núm. 1, pp. 35-50.
- (2006), "Priming and Persuasion in Presidential Campaigns", en Henry E. Brady y Richard Johnston (comps.), *Capturing Campaign Effects*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- BECK, Paul Allen (1974), "A Socialization Theory of Partisan Realignment", en Richard G. Niemi *et al.* (comps.), *The Politics of Future Citizens*, San Francisco, Jossey-Bass.
- BECK, Paul Allen y M. Kent Jennings (1982), "Pathways to Participation", *American Political Science Review*, vol. 76, núm. 1, pp. 94-108.
- BELTRÁN, Ulises (2007a), "The Combined effect of Advertising and News Coverage in the Mexican Presidential Campaign of 2000", *Political Communication*, vol. 24, núm. 1, pp. 37-63.
- (2007b), "Contextos institucionales y decisiones individuales: Cuarta encuesta nacional CIDE-CSES", *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 2, pp. 467-490.
- BERELSON, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld y William McPhee (1954), *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, University of Chicago Press.
- BERGLUND, Frode, Soren Holmberg, Hermann Schmitt y Jacques Thomassen (2005), "Party Identification and Party Choice", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- BINNING, William C., Larry E. Esterly y Paul A. Sracic (1999), *Encyclopedia of American Parties, Campaigns, and Elections*, Westport, CT, Greenwood.
- BLAIS, Andre (2000), *To Vote or Not to Vote: The Merits and Limits of Rational Choice Theory*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- BLAIS, Andre, Elisabeth Gidengil, Richard Nadeau y Neil Nevitte (2001), "Measuring Party Identification: Britain, Canada, and the United States", *Political Behavior*, vol. 23, núm. 1, pp. 5-22.

- BRADER, Ted y Joshua A. Tucker (2001), "The Emergence of Mass Partisanship in Russia, 1993-1996", *American Journal of Political Science*, vol. 45, núm. 1, pp. 69-83.
- BREHM, John (1993), *The Phantom Respondents: Opinion Surveys and Political Representation*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- BRODY, Richard A. (1991), *Assessing the President: The Media, Elite Opinion, and Public Support*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- BRUHN, Kathleen y Kenneth Greene (2007), "Optimismo moderado: cómo podría desvanecerse el conflicto partidista mexicano", *Foreign Affairs en Español*, vol. 7, núm. 1, pp. 132-143.
- BUDGE, Ian, Ivor Crewe y Dennis J. Farlie (comps.) (1976), *Party Identification and Beyond*, Nueva York, John Wiley and Sons.
- BUENDÍA, Jorge (1996), "Economic Reform, Public Opinion, and Presidential Approval in Mexico, 1988-1993", *Comparative Political Studies*, 29, núm. 5, pp. 566-592.
- (1997), "Incertidumbre y comportamiento electoral en la transición democrática: la elección mexicana de 1988", *Política y Gobierno*, vol. VII, núm. 2, pp. 317-352.
- (2000), "El elector mexicano en los noventa: ¿un nuevo tipo de votante?", *Política y Gobierno*, vol. IV, núm. 2, pp. 347-375.
- (2001), "Economic Reform and Political Support in Mexico", en *Public Support for Market Reforms in New Democracies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BUENDÍA, Jorge y Alejandro Moreno (con la coordinación científica y editorial de Mitchell Seligson) (2004), "La cultura política de la democracia en México, 2004, México en tiempos de competencia electoral", Reporte de la encuesta LAPOP, publicado por la Universidad de Vanderbilt, la U.S. Agency for International Development, y el ITAM.
- BUENDÍA, Jorge, y Fernanda Somuano (2002), "Explaining Turnout in a New Democracy: The 2000 Presidential Election in Mexico", *Ponencia presentada en la reunión anual de la American Political Science Association (APSA)*, Boston, Massachusetts.
- BURNHAM, Walter D. (1965), "The Changing Shape of the American Political Universe", *American Political Science Review*, vol. 59, núm. 1, pp. 7-28.
- (1970), *Critical Elections and the Mainsprings of American Politics*, Nueva York, Norton.
- BUTCHER, Jacqueline (comp.) (2007), *México Solidario: participación ciudadana y voluntariado*, México, LIMUSA-TEC.
- CALDERÓN, Felipe (2006), *Para que vivamos mejor: discursos de campaña presidencial 2006*, México, Partido Acción Nacional.

- CAMARENA, Salvador y Jorge Zepeda Patterson (2007), *El presidente electo: instructivo para sobrevivir a Calderón y su gobierno*, México, Planeta.
- CAMP, Roderic A. (2001), *Citizen Views of Democracy in Latin America*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- CAMPBELL, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller y Donald Stokes (1960), *The American Voter*, Nueva York, John Wiley (Reproducido en 1980 como Midway Reprint, Chicago, The University of Chicago Press).
- CAMPBELL, Angus, G. Gurin y Warren E. Miller (1954), *The Voter Decides*, Evanston, IL., Row, Peterson.
- CARMINES, Edward G. y James A. Stimson (1989), *Issue Evolution: Race and the Transformation of American Politics*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- CASTAÑEDA, Jorge G. y Marco A. Morales (2007), "Looking to the Future", *Journal of Democracy*, vol. 18, núm. 1, pp. 103-112.
- CASTAÑOS, Fernando (2006), "2006: una contienda temática", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, octubre, pp. 91-121.
- CATTERBERG, Gabriela y Alejandro Moreno (2006), "The Individual Bases of Political Trust: Trends in New and Established Democracies", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 18, núm. 1, pp. 31-48.
- CATTERBERG, Gabriela y Alejandro Moreno (2007), "Particularized Trust, Private Politics, and Corruption in New Democracies: The Experiences of Argentina and Mexico", *Investigación presentada en la reunión de la Asociación Mundial de Investigadores de opinión Pública WAPOR*, Colonia, Uruguay, abril.
- COLEMAN, Kenneth y Pablo Parás (2006), *Cultura política de la democracia en México: 2006*, Nashville, Vanderbilt University.
- CONVERSE, Philip E. (1964), "The Nature of Belief Systems in Mass Publics", en David Apter (comp.), *Ideology and Discontent*, Nueva York, Free Press.
- _____ (1966), "The Concept of a Normal Vote", en Angus Campbell *et al.*, *Elections and the Political Order*, Nueva York, John Wiley and Sons.
- CONVERSE, Philip E. y Gregory B. Markus (1979), "Plus ça change...", *The New CPS Election Study Panel*, *American Political Science Review*, vol. 73, núm. 1, pp. 32-49.
- CONVERSE, Philip E. y Roy Pierce (1985), "Measuring Partisanship", *Political Methodology* 11, pp. 143-166.
- DAHL, Robert A. (1971), *Polyarchy: Participation and Opposition*, Nueva Haven, Yale University Press.
- DALTON, Russell J. (1984), "Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies", *Journal of Politics*, 46, pp. 264-284.
- _____ (2002), "Political Cleavages, Issues, and Electoral Change", en Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (comps.), *Comparing Democra-*

- cies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, Londres, Sage Publications.
- _____ (2004), *Democratic Challenges, Democratic Choices: The Erosion of Political Support in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- DALTON, Russell J., Scott C. Flanagan y Paul Allen Beck (comps.) (1984), *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- DAVES, Robert P. (2000), "Who Will Vote? Ascertaining Likelihood to Vote and Modeling a Probable Electorate in Preelection Polls", en Paul J. Lavrakas y Michael W. Traugott (comps.), *Election Polls, the News Media, and Democracy*, Nueva York, Chatham House Publishers.
- DEUTSCH, Eméric, Denis Lindon y Pierre Weill (1966), *Les Familles Politiques: Aujourd'hui en France*, París, Les Éditions de Minuit.
- DIAMOND, Larry (1999), *Developing Democracy: Toward Consolidation*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- DÍAZ-CAYEROS, Alberto, Federico Estévez y Beatriz Magaloni (2006), "Buying Off the Poor: The Effects of Targeted Benefits in the 2006 Presidential Race", Investigación presentada en el Centro Weatherhead para Asuntos Internacionales, en la Universidad de Harvard, diciembre, y actualmente en revisión para un volumen compilado por Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno.
- DOMÍNGUEZ, Jorge I. y James A. McCann (1995a), "Shaping Mexico's Electoral Arena: Construction of Partisan Cleavages in the 1988 and 1991 National Elections", *American Political Science Review*, 89, núm. 1, pp. 34-48.
- _____ (1996), *Democratizing Mexico: Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- _____ y Alejandro Poiré (comps.) (1999), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge.
- _____ y Chappell Lawson (comps.) (2004), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, Stanford University Press.
- _____, en prensa, "Conclusion: Voters' Choice in the 2006 Election", en Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno (comps.), *Consolidating Mexico's Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
- DOWNES, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Nueva York, Harper Collins.
- ECHEGARAY, Fabián (2005), *Economic Crises and Electoral Responses in Latin America*, Lanham, Md., University Press of America.

- EDSALL, Thomas (2006), *Building red America: The New Conservative Coalition and the Drive for Permanent Power*, Nueva York, Basic Books.
- EISENSTADT, Todd A. (2007), "The Origins and Rationality of the 'Legal vs. Legitimate', Dichotomy Invoked in Mexico's 2006 Post-Electoral Conflict", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 39-43.
- ERIKSON, Robert S., Michael B. Mackuen y James A. Stimson (2004), *The Macro Polity*, Nueva York, Cambridge University Press.
- ESTRADA, Luis (2005), "Party Identification in Mexico", Tesis de doctorado en Ciencia política, La Jolla, Universidad de California, San Diego.
- , y Pablo Parás (2006), "Ambidiestros y confundidos: validez y contenido de la izquierda y la derecha en México", *Este País*, núm. 180, marzo, pp. 51-57.
- EVANS, Jocelyn A. J. (2004), *Voters and Voting: An Introduction*, Londres, Sage Publications.
- EVANS, Geoffrey y Stephen Whitefield (1998), "The Evolution of Left and Right in Post-Soviet Russia", *Europe-Asia Studies*, 50, pp. 1023-1042.
- FEREJOHN, John A., y Morris Fiorina (1974), "The Paradox of Not-Voting: A Decision Theoretic Analysis", *American Political Science Review*, 68: 525-546.
- FIORINA, Morris P. (1981), *Retrospective Voting in American National Elections*, New Haven, Yale University Press.
- (1990), "Information and Rationality in Elections", en J.A. Ferejohn y J.H. Kuklinski, *Information and Democratic Processes*, Urbana, University of Illinois Press.
- (2005), *Culture War? The Myth of a Polarized America*, Nueva York, Pearson Longman.
- FLANAGAN, Scott C. y Russell J. Dalton (1984/1990), "Models of Change", Reimpreso en Peter Mair (comp.), *The West European Party System*, Nueva York, Oxford University Press.
- FLEURY, Christopher J. y Michael S. Lewis-Beck (1993), "Anchoring the French Voter: Ideology versus Party", *Journal of Politics*, vol. 55, núm. 4, pp. 1100-1109.
- FOX, Vicente y Rob Allyn (2007), *Revolution of Hope: The Life, Faith, and Dreams of a Mexican President*, Nueva York, Viking.
- FRANKLIN, Charles H. (1992), "Measurement and the Dynamics of Party Identification", *Political Behavior*, vol. 14, núm. 3, pp. 297-309.
- FRANKLIN, Charles H., y John E. Jackson (1983), "The Dynamics of Party Identification", *American Political Science Review*, vol. 77, núm. 4, pp. 957-973.
- FUENTES, Rossana y Alejandro Moreno (2007), *Procesos de intermediación política en México: el proyecto de elecciones nacionales comparadas en la contienda presidencial de 2006. Reporte de la encuesta CNEP-III México 2006*, México, Centro de Estudios Económicos y Sociopolíticos, Banamex, en prensa.

- GELMAN, Andrew y Gary King (1993), "Why Are American Presidential Election Campaign Polls so Variable When Votes Are So Predictable?", *British Journal of Political Science*, vol. 23, pp. 409-451.
- GIDENGL, Elisabeth, André Blais, Joanna Everitt, Patrick Fournier y Neil Nevitte (2006), "Back to the Future? Making Sense of the 2004 Canadian Election outside Quebec", *Canadian Journal of Political Science*, vol. 39, núm. 1, pp. 1-25.
- GÓMEZ MORÍN, Lorenzo (2008), "El voto católico en México: a catorce años de las reformas constitucionales en materia religiosa", tesis de licenciatura en ciencia política, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- GREEN, Donald, Bradley Palmquist y Eric Schickler (2002), *Partisan Hearts and Minds: Political Parties and the Social Identities of Voters*, New Haven, Yale University Press.
- GREENE, Kenneth F. (2007a), *Why Dominant Parties Lose: Mexico's Democratization in Comparative Perspective*, Nueva York, Cambridge University Press.
- (2007b), "El votante mediano y la regla de mayoría relativa para elegir presidente en México", *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, pp. 203-213.
- GUNTHER, Richard, José Ramón Montero y Hans Jürgen Puhle (comps.) (2007), *Democracy, Intermediation, and Voting on Four Continents*, Oxford, Oxford University Press.
- y Kuan Hsin-chi (2007), "Value Cleavages and partisan Conflict", en Gunther et al. (comps.), *Democracy, Intermediation, and Voting on Four Continents*, Oxford, Oxford University Press.
- HALMAN, Loek, Ronald Inglehart, Jaime Díez Medrano, Ruud Luijkx, Alejandro Moreno y Miguel Basáñez (2008), *Changing Values and Beliefs in 85 Countries: Trends from the Values Surveys from 1981 to 2004*, Leiden, Holanda, Brill.
- HARROP, Martin y William L. Miller (1978), *Elections and Voters: A Comparative Introduction*, Basingstoke, Macmillan.
- HILLYGUS, D. Sunshine y Simon Jackman (2003), "Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy", *American Journal of Political Science*, vol. 47, núm. 4, pp. 583-596.
- HINICH, Melvin J. y Michael C. Munger (1994), *Ideology and the Theory of Political Choice*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- HOTELLING, Harold (1929), "Stability and Competition", *Economic Journal*, núm. 39, pp. 41-57.
- INGLEHART, Ronald (1977), *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- (1984), "The Changing Structure of Political Cleavages in Western Society", en Russell J. Dalton, Scott C. Flanagan y Paul Allen Beck (comps.), *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

- _____ (1987/1990), "From Class-Based to Value-Based Politics", reimpresso en Peter Mair (comp.), *The West European Party System*, Nueva York, Oxford University Press.
- _____ (1990), *Culture Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- _____ (1997), *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- INGLEHART, Ronald y Wayne E. Baker (2000), "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Cultural Values", *American Sociological Review*, vol. 65, febrero, pp. 49-54.
- INGLEHART, Ronald y Christian Welzel (2005), *Modernization, Cultural Change, and Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- _____, Neil Nevitte y Miguel Basáñez (2008), "¿Existe Latinoamérica? Un análisis global de diferencias transculturales", *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 31, pp. 13-38.
- Instituto Federal Electoral (2006a), *Elecciones federales 2006: Equidad y transparencia en la contienda electoral*, México, IFE.
- _____ (2006b), *Elecciones federales 2006: encuestas y resultados electorales*, México, IFE.
- IYENGAR, Shanto (1990), "Shortcuts to Political Knowledge: The Role of Selective Attention and Accessibility", en J.A. Ferejohn y J.H. Kuklinski (comps.), *Information and Democratic Processes*, Urbana, University of Illinois Press.
- _____ y Donald Kinder (1987), *News that Matters. Television and American Opinion*, Chicago, University of Chicago Press.
- _____ y Jennifer A. McGrady (2007), *Media Politics: A citizen's Guide*, Nueva York, W. W. Norton.
- JACKSON, John E. (1975), "Issues, Party Choice, and Presidential Votes", *American Journal of Political Science*, 19, pp. 161-185.
- JACOBSON, Gary C. (1992), *The Politics of Congressional Elections*, Third Edition Nueva York, Harper Collins.
- JENNINGS, Kent M. y Richard G. Niemi (1968), "The Transmission of Political Values from Parent to Child", *American Political Science Review*, vol. 62, pp. 169-184.
- JENNINGS, M. Kent y Thomas E. Mann (comps.) (1994), *Elections at Home and Abroad*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- KAUFMAN, Robert y Leo Zuckerman (1998), "Attitudes Toward Economic Reform in Mexico: The Role of Political Orientations", *American Political Science Review*, vol. 92, núm. 2, pp. 359-375.

- KEITH, Bruce E., David B. Magleby, Candice J. Nelson, Elizabeth Orr, Mark C. Westlye y Raymond Wolfinger (1992), *The Myth of the Independent Voter*, Berkeley, University of California Press.
- KERNELL, Samuel (1993), *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*, Washington, DC, Congressional Quarterly Press.
- KEY, V. O., Jr. (1955), "A Theory of Critical Elections", *Journal of Politics*, vol. 17, núm. 1, pp. 3-18.
- (1966), *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*, Cambridge, Harvard University Press.
- KINDER, Donald R. y D. Roderick Kiewiet (1981), "Sociotropic Politics: The American Case", *British Journal of Political Science*, vol. 11, núm. 2, pp. 129-161.
- KINDER, Donald R. y Lynn M. Sanders (1996), *Divided by Color: Racial Politics and Democratic Ideals*, Chicago, The University of Chicago Press.
- KITSCHOLT, Herbert (1994), *The Transformation of European Social Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (1995), *The Radical Right in Western Europe: A Comparative Analysis*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- , Zdenka Mansfeldova, Radoslaw Markowski y Gábor Tóka (1999), *Post-Communist Party Systems. Competition, Representation, and Inter-Party Cooperation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- KLESNER, Joseph (1994), "Realignment or Dealignment? Consequences of Economic Crisis and Restructuring for the Mexican Party System", en María I. Cook, Kevin Middlebrook y Juan Molinar (comps.), *Politics of Economic Restructuring: State Society Relations and Regime Change in Mexico*, La Jolla, Center for U.S.-Mexican Studies, Universidad de California, San Diego.
- (2004), "Adiós to the PRI? Changing Voter Turnout in Mexico's Political Transition", *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, vol. 17, núm. 1, pp. 17-39.
- (2005), "Electoral Competition and the New Party System in Mexico", *Latin American Politics and Society*, núm. 47, pp. 103-142.
- (2007a), "The 2006 Mexican Elections: A Manifestation of a Divided Society?" *PS: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 11-14.
- (2007b), "The July 2006 Presidential and Congressional Elections in Mexico", *Electoral Studies*, vol. 26, núm. 4, pp. 803-808.
- KLOBUCAR, Thomas F. Arthur H. Miller y Gwyn Erb. (2002), "The 1999 Ukrainian Presidential Election: Personalities, Ideology, Partisanship, and the Economy", *Slavic Review*, vol. 61, núm. 2, pp. 315-344.
- KNUTSEN, Oddbjørn (1989), "Cleavage Dimensions in the West European Countries. A Comparative Empirical Analysis", *Comparative Political Studies*, vol. 21, núm. 4, pp. 495-533.

- _____ (1995), "Left-Right Materialist value Orientations", en J.W. van Deth y E. Scarbbrough (comps.), *The Impact of Values*, Oxford, Oxford University Press.
- _____ y Staffan Kumlin (2005), "Value Orientations and Party Choice", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- LAGO, Ignacio, José Ramón Montero y Mariano Torcal (2007), "Introducción: Modelos de voto y comportamiento electoral", en José Ramón Montero, Ignacio Lago y Mariano Torcal (comps.), *Elecciones generales 2004*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- LANGSTON, Joy (2007), "The PRI's 2006 Electoral Debacle?", *ps: Political Science and Politics*, vol. 40. núm. 1, pp. 21-25.
- LAU, Richard R. y David P. Redlawsk (2006), *How Voters Decide: Information Processing in Election Campaigns*, Cambridge, Cambridge University Press.
- LAWSON, Chappell (2007), "How Did We Get Here? Mexican Democracy After the 2006 Elections", *ps: Political Science and Politics*, vol. 40, núm. 1, pp. 45-48.
- _____ y Alejandro Moreno (2007), "El Estudio Panel México 2006: midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial", *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 2, pp. 437-466.
- LAYTON, Michael (2006), "¿Cómo se paga el capital social?", *Foreign Affairs en Español*, vol. 6, núm. 2, pp. 163-172.
- LAZARSPFELD, Paul, Bernard Berelson y Helen Gaudet (1944), *The People's Choice*, Nueva York, Duell, Sloan and Pearce (también publicado en 1948 por Columbia University Press).
- LEDUC, Lawrence, Harold D. Clarke, Jane Jenson y John H. Pammett (1984), "Partisan Instability in Canada: Evidence from a New Panel Study", *American Political Science Review*, vol. 78, núm. 2, pp. 470-484.
- LEWIS-BECK, Michael S. (1988), *Economics and Elections: The Major Western Democracies*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- _____ y Martin Paldam (2000), "Economic Voting: An Introduction", *Electoral Studies* (número especial sobre economía y elecciones), vol. 19, núm. 2-3, pp. 113-122.
- LIJPHART, Arend (1981), "Political Parties: Ideologies and Programmes", en D. Butler, H.R. Penniman y A. Ranney (comps.), *Democracy at the Polls: A Comparative Study of Competitive National Elections*, reproducido en Peter Mair (comp.), *The West European Party System*, Oxford, Oxford University Press, 1990.
- LIPPMAN, Walter (1922), *Public Opinion*, Nueva York, Penguin.
- LIPSET, Seymour M. (1959/1984), *Political Man: The Social Bases of Politics*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

- _____ y Stein Rokkan (1967), "Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction", en Seymour Martin Lipset y Stein Rokkan (comps.), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*, Nueva York, Free Press.
- _____ y Jason M. Lakin (2004), *The Democratic Century*, Norman, University of Oklahoma Press.
- LISTHAUG, Ola (2005), "Retrospective Voting", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (2007), *La mafia nos robó la presidencia*, México, Grijalbo.
- LUPIA, Arthur y Mathew D. McCubbins (1998), *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What They Need To Know?*, Cambridge, Cambridge University Press.
- MACKUEN, Michael B., Robert S. Erikson y James A. Stimson (1989), "Macropartisanship", *American Political Science Review*, 83, pp. 1125-1142.
- MAIR, Peter (1990), *The West European Party System*, Nueva York, Oxford University Press.
- _____, Wolfgang C. Muller y Fritz Plasser (2004), *Political Parties and Electoral Change*, Londres, Sage Publications.
- MAGALONI, Beatriz (1994), "Elección racional y voto estratégico: algunas aplicaciones para el caso mexicano", *Política y Gobierno*, vol. 1, núm. 2, pp. 309-344.
- _____ (1996), "Dominio de partidos y dilemas duvergerianos en las elecciones presidenciales de 1994 en México", *Política y Gobierno*, vol. 3, núm. 2, pp. 281-326.
- _____ (1997), "From Hegemony to Multipartyism: Issue-Voting and the Emergence of Partisan Cleavages in Mexico", Documento de trabajo WPPS 2000-03, Departamento de Ciencia Política, ITAM.
- _____ (1999), "Is the PRI Fading? Economic Performance, Electoral Accountability, and Voting Behavior in the 1994 and 1997 Elections", en Jorge I. Domínguez y Alejandro Poiré (comps.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge.
- _____ (2000), "A Bayesian Retrospective Model of Electoral Choice: Limited Electoral Accountability and Dominant Party Systems", Documento de trabajo WPPS 2000-2005, Departamento de Ciencia Política, ITAM.
- _____ (2006), *Voting for Autocracy: Hegemonic Party Survival and Its Demise in Mexico*. Cambridge, Cambridge University Press.
- MAGALONI, Beatriz y Alejandro Moreno (2003), "Catching All Souls: The Partido Acción Nacional and the Politics of Religion in Mexico", en Scott Mainwaring y Timothy R. Scully (comps.), *Christian Democracy in Latin*

- America: Electoral Competition and Regime Conflicts*, Stanford, Stanford University Press.
- MARKUS, Gregory B. (1982), "Political Attitudes during an Election Year: A Report on the 1980 NES Panel Study", *American Political Science Review*, vol. 76: pp. 538-560.
- (1988), "The Impact of Personal and National Economic Conditions on the Presidential Vote: A Pooled Cross-Sectional Analysis", *American Journal of Political Science*, 32, pp. 137-154.
- y Philip E. Converse (1979), "A Dynamic Simultaneous Equation Model of Electoral Choice", *American Political Science Review*, 73, pp. 1055-1070.
- MARKS, Gary N. (1993), "Partisanship and the Vote in Australia: Changes over Time 1967-1990", *Political Behavior*, vol. 15, núm. 2, pp. 137-166.
- MAYHEW, David R. (2002), *Electoral Alignments: A Critique of an American Genre*. New Haven, Yale University Press.
- MCALLISTER, Ian y Martin P. Wattenberg (1995), "Measuring Levels of Party Identification: Does Question Order Matter", *Public Opinion Quarterly*, vol. 59, núm. 2, pp. 259-268.
- MCCANN, James A. (2006), "Ideology in the 2006 Campaign", Investigación presentada en el Centro Weatherhead para Asuntos Internacionales, en la Universidad de Harvard, diciembre de 2006, y actualmente en revisión para un volumen compilado por Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno.
- MCCARTY, Nolan, Keith T. Poole y Howard Rosenthal (2006), *Polarized America: The Dance of Ideology and Unequal Riches*, Cambridge, MIT Press.
- MCCOMBS, Maxwell (2004), *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Malden, MA, Polity.
- MCKELVEY, Richard D. y Peter C. Ordeshook (1990), "Information and Elections: Retrospective Voting and rational Expectations", en J.A. Ferejohn y J.H. Kuklinski, *Information and Democratic Processes*, Urbana, University of Illinois Press.
- MEIER, Kenneth J. (1975), "Party Identification and Vote Choice: The Causal Relationship", *Western Political Quarterly*, vol. 28, núm. 3, pp. 496-505.
- MÉNDEZ, Patricia (2003), "Efectos de las campañas negativas: el caso de las primarias presidenciales del PRI en 1999", tesis de licenciatura en ciencia política, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- MERRILL III, Samuel y Bernard Grofman (1999), *A Unified Theory of Voting: Directional and Proximity Spatial Models*, Nueva York, Cambridge University Press.
- MILLER, Arthur H. y Thomas F. Klobucar (2000), "The Development of Party Identification in Post-Soviet Societies", *American Journal of Political Science*, vol. 44, núm. 4, pp. 667-686.

- _____, Gwyn Erb, William M. Reisinger y Vicki L. Hesli (2000), "Emerging Party Systems in Post-Soviet Societies: Fact or Fiction", *Journal of Politics*, vol. 62, núm. 2, pp. 455-490.
- MILLER, Warren E. (1991), "Party Identification, Realignment, and Party Voting: Back to Basics", *American Political Science Review*, vol. 85, núm. 2, pp. 557-568.
- _____ y J. Merrill Shanks (1996), *The New American Voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- MOLINAR HORCASITAS, Juan (1991), *El tiempo de la legitimidad. Elecciones, autoritarismo y democracia en México*, México, Cal y Arena.
- MORENO, Alejandro (1996a), "El uso político de las encuestas de opinión pública: La construcción de apoyo popular durante el gobierno de Salinas", en Roderic A. Camp (comp.), *Encuestas y democracia: opinión pública y apertura política en México*, México, Siglo XXI Editores.
- _____ (1996b), "El espacio de los partidos mexicanos", *Este País*, 69, diciembre.
- _____ (1998), "Party Competition and the Issue of Democracy: Ideological Space in Mexican Elections", en Mónica Serrano (comp.), *Governing Mexico: Political Parties and Elections*, Macmillan-ILAS Series, Inglaterra, Instituto de Estudios Latinoamericanos, Universidad de Londres.
- _____ (1999a), *Political Cleavages: Issues, Parties, and the Consolidation of Democracy*, Boulder, CO, Westview Press.
- _____ (1999b), "Ideología y voto: dimensiones de la competencia política en México en los noventa", *Política y Gobierno*, vol. VI, núm. 1, pp. 45-81.
- _____ (1999c), "Campaign Awareness and Voting in the 1997 Mexican Congressional Elections", en Jorge I. Domínguez y Alejandro Poiré (comps.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge.
- _____ (2001), "Democracy and Mass Belief Systems in Latin America", en Roderic A. Camp (comp.), *Citizen Views of Democracy in Latin America*, Pittsburgh, PA, University of Pittsburgh Press (también publicado en español).
- _____ (2002a), "Corruption and Democracy: A Cultural Assessment", *Comparative Sociology*, vol. 1, núm. 3-4, pp. 495-507.
- _____ (2002b), "Partisan Cues, Candidate Images, and Political Messages: How Mexican Voters Assimilate Campaign Information", Documento de Trabajo, Departamento de Ciencia Política, ITAM, núm. 2002-2003.
- _____ (2002c), "Mexican Public Opinion toward NAFTA and FTAA", en Edward J. Chambers y Peter H. Smith (comps.), *NAFTA in the New Millenium*, La Jolla, CA, Center for U.S.-Mexican Studies, Universidad de California en San Diego y Edmonton, Canadá, University of Alberta Press.

- _____ (2002d), "La opinión pública latinoamericana y Estados Unidos", *Foreign Affairs en Español*, vol. 2, núm. 1, pp. 86-99, primavera.
- _____ (2003), *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas, conducta electoral* (primera edición), México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2004a), "The Effects of Negative Campaigns on Mexican Voters", en Jorge I. Domínguez y Chappell Lawson (comps.), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Campaigns, Voting Behavior, and the 2000 Presidential Race*, Stanford, Stanford University Press.
- _____ (2004b), "Socialización e identificación partidista en México: un análisis individual de padres e hijos", en *Los valores de los mexicanos*, tomo v: *Cambio y permanencia*, México, Departamento de Estudios Económicos y Sociopolíticos, Banamex.
- _____ (2004c), "Issues and Parties in the Mexican Congress: The Effects of Ideology on Gridlock", en Scott Mainwaring y Christopher Welna (comps.), *Reforming the State in Mexico*, en proceso de revisión.
- _____ (2005), *Nuestros valores: los mexicanos en México y en Estados Unidos a inicios del siglo XXI*, tomo vi de la serie Los Valores de los Mexicanos, México, Departamento de Estudios Económicos y Sociopolíticos, Banamex.
- _____ (2006a), "The Coalition for Change: Voters and Parties in the 2000 Mexican Election", en M. Kirtz, M. Kassoff, R. Farmer y J. Green (comps.), *The Elections of 2000: Politics, Culture, and Economics in North America*, Akron, Ohio, The University of Akron Press, 2006.
- _____ (2006b), "Ideologías, estilos de vida y votos", *Foreign Affairs en Español*, vol. 6, núm. 2, pp. 53-65.
- _____ (2006c), "Estabilidad y consistencia ideológica en la opinión pública mexicana", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 1, octubre, pp. 11-34.
- _____ (2006d), "Mexico's Changing Ideological Dimensions and Voting in the 2000 and 2006 Elections", Investigación presentada en la reunión de la Asociación de la Encuesta Mundial de Valores en la Universidad Boğaziçi, Estambul, noviembre de 2006, y actualmente bajo revisión para un volumen compilado por Yilmaz Esmer y Thorleif Pettersson.
- _____ (2006e), *The Activation of Economic Voting in the 2006 Mexican Presidential Campaign*, Investigación presentada en el Centro Weatherhead para Asuntos internacionales, en la Universidad de Harvard, diciembre 2006, y actualmente bajo revisión para un volumen compilado por Jorge I. Domínguez, Chappell Lawson y Alejandro Moreno.
- _____ (2007a), "The 2006 Mexican Presidential Election: The Economy, Oil Revenues, and Ideology", *PS: Political Science and Politics*, vol. 40. núm. 1, enero, pp. 15-19.

- _____ (2007b), "Citizens' Values and Beliefs towards Politics: Is Democracy Growing Attitudinal Roots in Mexico?", Investigación presentada en la conferencia "Los desafíos de la democracia mexicana", Centro Woodrow Wilson, Washington DC, junio de 2007, y actualmente en revisión para un volumen compilado por Jacqueline Peschard y Andrew Selee.
- _____ (2007c), "Trust in North America: Why do Mexicans Distrust their Continental Neighbors?" *Norteamérica*, año 2, núm. 2, julio-diciembre, pp. 63-84.
- _____ (2008), "La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006", *Perfiles Latinoamericanos*, FLACSO-México, núm. 31, pp. 39-63, enero-junio.
- _____ y Alejandro Díaz Domínguez (2007), "The Religious Vote: Is a Religious Cleavage (re)Emerging in Mexico's New Party System?" Investigación presentada en la conferencia anual de la Midwest Political Science Association, MPSA, Chicago, y en la reunión de la Encuesta Mundial de Valores, Universidad de Brasilia, ambas en abril de 2007.
- _____ y María Teresa Martínez (2006), "Información política e imagen de candidatos en las campañas presidenciales de 2006: un modelo explicativo del cambio de opinión a nivel individual", *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 2, octubre, pp. 29-51.
- _____ y Patricia Méndez (2002), "Attitudes towards Democracy: Mexico in Comparative Perspective", *International Journal of Comparative Sociology*, junio, vol. 43, núm. 3-5, pp. 350-367.
- _____ y Patricia Méndez (2007), "La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México", *Política y Gobierno*, vol. 14, núm. 1, pp. 43-75.
- _____ y Manuel Sánchez Castro (2006), "A Lost Decade? László Radványi and the Origins of Public Opinion Research in Mexico, 1944- 1952", Investigación presentada en la 60a reunión anual de la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública, WAPOR, Berlín.
- _____ y Keith Yanner (1995), "Predictors of Voter Preferences in Mexico's 1994 Presidential Election", Documento de Trabajo WPPS 2000-2007, Departamento de Ciencia Política, ITAM.
- _____ y Elizabeth Zechmeister (2002), "Hacia una definición de la izquierda y la derecha en México", *Este País*, 141, diciembre.
- MORGENSTERN, Scott y Elizabeth Zechmeister (2001), "Better the Devil You Know than the Saint You Don't? Risk Propensity and Vote Choice in Mexico", *The Journal of Politics*, vol. 63, núm. 1, pp. 93-119.
- MUELLER, Dennis C. (1989), *Public Choice II*, Cambridge, Cambridge University Press.

- MUELLER, John (1970), "Presidential Popularity from Truman to Johnson", *American Political Science Review*, vol. 64, núm. 1, pp. 18-34.
- (1985), *War, Presidents and Public Opinion*, Lanham MD, University Press of America.
- MUTZ, Diana, Paul M. Sniderman y Richard A. Brody (comps.) (1996), *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- NANNESTAD, Peter y Martin Paldam (1994), "The vp-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years", *Public Choice*, vol. 79, núms. 3-4, pp. 213-245.
- NIE, Norman, Sidney Verba y John R. Petrocik (1979), *The Changing American Voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- NIEMI, Richard G. (1976), "Costs of Voting and Nonvoting", *Public Choice*, 27: 115-119.
- NIEMI, Richard G., y Herbert Weisberg (1976), "Are Parties Becoming Irrelevant?", en R. Niemi y H. Weisberg (comps.), *Controversies in Voting Behavior*, Newbury Park, CA., Sage Publications.
- NORRIS, Pippa (2002), *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2004), *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*, Nueva York, Cambridge University Press.
- OSKARSON, Maria (2005), "Social Structure and Party Choice", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- PAGE, Benjamin y Calvin C. Jones (1979), "Reciprocal Effects of Policy Preferences, Party Loyalties and the Vote", *American Political Science Review*, vol. 73, núm. 4, pp. 1071-1089.
- y Robert Y. Shapiro (1992), *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*, Chicago, University of Chicago Press.
- PATTERSON, Thomas E. (2002), *The Vanishing Voter: Public Involvement in an Age of Uncertainty*, Nueva York, Alfred A. Knopf.
- PAZ, Octavio (1959/1970), *El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2da. edición aumentada.
- PETROCIK, John R. (1974), "An Analysis of the Intransitivities in the Index of Party Identification", *Political Methodology*, 1, pp. 31-47.
- PIERCE, Roy (1992), "Toward the Formation of a Partisan Alignment in France", *Political Behavior*, vol. 14, núm. 4, pp. 443-469.
- (1995), *Choosing the Chief: Presidential Elections in France and the United States*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- PIERESON, James E. (1975), "Presidential Popularity and Midterm Voting at Different Electoral Levels", *American Journal of Political Science*, vol. 19, núm. 4, pp. 683-694.

- POIRÉ, Alejandro (1999), "Retrospective Voting, Partisanship, y Loyalty in Presidential Elections: 1994", en Jorge I. Domínguez y Alejandro Poiré (eds.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge.
- (2000a), "Turnout as a Rationally Careless Investment Decision: An Application to the Mexican Case", Documento de Trabajo WPPS 2000-2004, Departamento de Ciencia Política-ITAM.
- POPKIN, Samuel L. (1991), *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago, University of Chicago Press.
- POWELL, G. Bingham Jr. (2000), *Elections as Instruments of Democracy: Majoritarian and Proportional Visions*, Nueva Haven, Yale University Press.
- PRZEWORSKI, Adam (1991), *Democracy and the Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PUTNAM, Robert D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- PUTZ, David W. (2002), "Partisan Conversion in the 1990s: Ideological Realignment Meets Measurement Theory", *Journal of Politics*, vol. 64, núm. 4, pp. 1199-1209.
- RIKER, William H., y Peter C. Ordeshook (1968), "A Theory of the Calculus of Voting", *American Political Science Review*, 62, pp. 25-43.
- ROMERO, Vidal (2000), "Impacto de la Evaluación de Políticas Públicas en la Aprobación Presidencial (1994-1998)", tesis de maestría en Políticas Públicas, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- ROSENSTONE, Steve J. y John Mark Hansen (1993), *Mobilization, Participation, and Democracy in America*, Nueva York, Macmillan.
- SARSFIELD, Rodolfo (2007), "La racionalidad de las preferencias políticas en México: estudios recientes de opinión pública y comportamiento electoral", *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, pp. 143-171.
- SCHATTSCHNEIDER, E. E. (1960), *The Semisovereign People: A Realist's View of Democracy in America*, Nueva York, Holt, Reinhart y Winston.
- SCHEDLER, Andreas (2007), "The Mobilization of Distrust", *Journal of Democracy*, vol. 18, núm. 1, pp. 88-102.
- SCHOEN, Douglas E. (2007), *The Power of the Vote: Electing Presidents, Overthrowing Dictators, and Promoting Democracy Around the World*, Nueva York, William Morrow.
- SCHUMPETER, Joseph A. (1942 /1976), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Nueva York, Harper & Row.
- Secretaría de Gobernación (2003), *Deconstruyendo la ciudadanía*, México, Segob y Miguel Ángel Porrúa.

- _____ (2005), *Demos ante el espejo: análisis de la cultura política y las prácticas ciudadanas en México*, México, Segob y UNAM.
- _____ (2007), *Cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006*, México, Segob.
- SEGOVIA, Rafael (1975), *La politización del niño mexicano*, México, El Colegio de México.
- SIGELMAN, Lee (1979), "Presidential Popularity and Presidential Elections", *Public Opinion Quarterly*, vol. 43, núm. 4, pp. 532-534.
- SIMON, Herbert (1955), "A Behavioral Model of Rational Choice", *Quarterly Journal of Economics*, 69, pp. 99-108.
- STARR, Pamela (2006), "Challenges for a Postelection Mexico", *Council Special Report núm. 17-November*, Nueva York, Council on Foreign Relations.
- SUNDQUIST, James L. (1983), *Dynamics of the Party System: Alignment and Realignment of Political Parties in the United States*, Washington, DC, Brookings Institution.
- TEMKIN, Benjamín, Gustavo Ramírez y Rodrigo Salazar (2005), "Explorando la dinámica del abstencionismo electoral: ¿valores, identificación partidista o evaluación de instituciones políticas?", en *Demos ante el espejo: análisis de la cultura política y las prácticas ciudadanas en México*, editado y publicado por la Secretaría de Gobernación, en copatrocinio con la UNAM.
- THOMASSEN, Jacques (comp.) (2005), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- THURBER, James A., Candice J. Nelson y David A. Dulio (comps.) (2000), *Crowded Airwaves: Campaign Advertising in Elections*, Washington, DC, Brookings Institution Press.
- VISSER, Penny S. Jon A. Krosnick, Jessee F. Marquette y Michael F. Curtin (2000), "Improving Election Forecasting: Allocation of Undecided Respondents, Identification of Likely Voters, and Response Order Effects", en Paul J. Lavrakas y Michael W. Traugott (comps.), *Election Polls, the News Media, and Democracy*, Nueva York, Chatham House Publishers.
- VAN DER EIJK, C. y B. Niemöler (1983), *Electoral Change in the Netherlands*, Amsterdam, CT Press.
- _____, Hermann Schmitt y Tanja Binder (2005), "Left-Right Orientations and Party Choice", en Jacques Thomassen (comp.), *The European Voter: A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- VERBA, Sidney, Kay L. Schlozman y Henry E. Brady (1995), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, Harvard University Press.
- VON NEUMAN, John y Oscar Morgenstern (1947), *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton, Princeton University Press.

- WEISBERG, Herbert F. (1980), "A multidimensional conceptualization of party identification", *Political Behavior*, 2, pp. 33-60.
- (1986), "Model Choice in Political Science: The Case of Voting Behavior Research, 1946-1975", en Herbert F. Weisberg (comp.), *Political Science: the Science of Politics*, Nueva York, Agathon Press.
- (1999), "Political Partisanship", en John P. Robinson, Phillip R. Shaver y Lawrence S. Wrightsman (comps.), *Measures of Political Attitudes*, San Diego, CA, Academic Press.
- WHITE, John Kenneth (2003), *The Values Divide: American Politics and Culture in Transition*, Nueva York, Chatham House.
- WOLDENBERG, José (2002), *La construcción de la democracia*, México, Plaza y Janés.
- ZALLER, John (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.

Índice

AGRADECIMIENTOS	5
PREFACIO	9
Capítulo I	
INTRODUCCIÓN:	
LAS TEORÍAS DE VOTO Y EL VOTANTE MEXICANO	17
Teorías del voto.	21
Coaliciones de electores	40
El uso de las encuestas	44
Plan del libro	45
Capítulo II	
EL PARTIDISMO	49
Concepto y medición de la identificación partidista.	51
La identificación partidista del votante mexicano.	56
La distribución de la identificación partidista en México.	69
La evolución del macropartidismo mexicano	77
Lealtad partidaria y nuevos reclutamientos	81
Capítulo III	
IDENTIDADES POLÍTICAS	89
Socialización y partidismo.	90
Partidismo e identificación social	93
Los determinantes sociales e ideológicos	
de la identificación partidista en 2000	98
Perfil de los partidismos en el periodo 2004-2007	102
Los determinantes sociales e ideológicos	
de la identificación partidista, 2004-2007	112

Capítulo IV	
LA IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA: ESTABILIDAD Y CAMBIO	119
Patrones de estabilidad y cambio en la identificación partidista	123
La estabilidad del partidismo frente a otras actitudes políticas	131
Determinantes de la identificación partidista en el tiempo	137
Estabilidad del partidismo según distintas medidas de afinidad partidaria	147
Capítulo V	
IDEOLOGÍA Y COMPETENCIA POLÍTICA	157
Ideología y voto.	159
La distribución izquierda-derecha y las posiciones promedio de los votantes	169
La redefinición de los contenidos de izquierda y derecha.	178
Dimensiones ideológicas: el espacio de los partidos en México	189
Capítulo VI	
INFORMACIÓN, MEDIOS Y CAMPAÑAS	203
¿Cuánta atención ponen los electores a las campañas presidenciales?	210
¿Por cuáles medios se informan los electores?	214
La imagen de los candidatos	225
Percepciones de campaña negativa	229
La publicidad política	232
Los debates	235
Capítulo VII	
LA DECISIÓN DE VOTO	241
La popularidad presidencial	253
Las evaluaciones económicas	265
La activación del voto económico en 2006	268
Modelo de decisión individual de voto: 2000 y 2006	277
Capítulo VIII	
LA PARTICIPACIÓN ELECTORAL	291
Electores y votantes	296

Determinantes individuales de la participación electoral: un modelo explicativo general para 2000 y 2006	303
Un modelo específico de la participación electoral individual en 2000	314
Un modelo específico de la participación electoral individual en 2006	320
Un retrato del abstencionismo	328
Capítulo IX	
PERCEPCIONES SOBRE LA DEMOCRACIA Y EL SISTEMA DE PARTIDOS	335
Percepciones de la democracia y los partidos	342
División de valores y creencias	354
Percepciones y realidades del nuevo sistema de partidos	358
Capítulo X	
CONCLUSIONES	369
El votante cambiante	371
La nueva democracia	380
APÉNDICE	385
BIBLIOGRAFÍA	423

La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México, se terminó de imprimir en la Ciudad de México durante el mes de julio del año 2009.

La edición, en papel de 75 gramos, estuvo al cuidado de la oficina litotipográfica de la casa editora.



